www.monitor.co.at www.monitor.co.at/rss.cfm 09 Sept. 08

monitor

Das Magazin für Informationstechnologie

Business Intelligence: Daten analysieren und entscheiden

Entscheidungen in Organisationen zu verantworten, erfordert eine gute und richtige Informationsbasis - diese ist nicht immer einfach zu finden. Business-Intelligence-Systeme (BI) helfen Verantwortlichen den Überblick zu behalten und wichtige Informationen aus ihren Daten zu generieren.

SOA Governance: Gibt es strategische Wegweiser?

Job Training: IKT-Ausbildung in Österreich, Teil 4

Marketing: Komplexe Technologien verkaufen

LOOK AT IT
Seite 26

Hier sollte Ihr Name stehen. Fragen Sie uns nach einem Abo. Tel. 01 | 74095-466

ISSN 1021-271X P.B.B ZUL.NR. 02Z031040M – VERLAGSORT WIEN, VERLAGSPOSTAMT 1110 WIEN Grafik: stock.xchg

Weltweit sicheres Online-Banking

durch Komplett-Lösungen von KOBIL

mIDentity® Token

KOBIL® mIDentity®

EMV TriCAP

EMV TwinCAP

CAP Optimus

KOBIL® SecOVID Token

Alles aus einer Hand

Seit mehr als 20 Jahren setzt KOBIL® innovative Impulse bei der Onlinesicherheit. Als Pionier in den Bereichen Kryptografie, Smartcard-Technologie, OTP und PKI sind KOBIL-Produkte heute anerkannter Standard für die Sicherheit digitaler Identitäten und für hochsichere Datentechnologie.

KOBIL®-Produkte erfüllen nationale und internationale Standards und bewähren sich in zahlreichen Projekten – bei Bankgeschäften (für Business & Retailkunden), Behörden, im Gesundheitswesen – überall da, wo heute hochsichere Online-Kommunikation gefordert wird.

Die Lösungen von KOBIL werden von vielen namhaften Firmen wie Deutsche Telekom, Swisscom, Arcor/Vodafone, T-Systems, DATEV, Commerzbank, UBS, Migros Bank, Rothschild Bank, YapıKredi und Isbank sowie dem Deutschen Bundestag und dem Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) eingesetzt.

Kontakt:
Kris Nowak • VP International Business Development
mobil +49 (0)172 - 6 51 55 08 • email: kris.nowak@kobil.com

Salim Güler • VP Business Development
mobil +49 (0)160 - 7 43 27 35 • email: salim.gueler@kobil.com

Besuchen Sie uns auf der SIBOS Messe und erleben Sie unsere Bankprodukte live: Halle C, Stand 514 (Identrust)

sibos Vienna
15 - 19 September 2008

www.kobil.com

KOBIL® secure your identity

Mehr wissen

Da sich in den Unternehmen immer mehr Daten sammeln, wird es immer wichtiger, aus diesen die richtigen Informationen zur Steuerung des Unternehmens zu gewinnen. Daher widmet sich das „Thema" dieser Ausgabe auf 16 Seiten den stark wachsenden IT-Segmenten Business Intelligence (BI) und Customer Relationship Management (CRM).

Dipl.-Ing. Rüdiger Maier, Chefredakteur

Entscheidungen in Organisationen zu verantworten, erfordert eine gute und richtige Informationsbasis, diese ist allerdings nicht immer einfach zu finden. Das meint BARC-Analyst und MONITOR-Autor Siegmund Priglinger und fordert daher eine ganzheitliche Sicht auf BI. Mit dem Verlust des Überblicks über die Vorgänge verlieren nämlich Organisationen auch schnell den Anschluss an den Wettbewerb. BI-Lösungen verheißen hier Abhilfe, indem sie Daten zur Kontrolle, Steuerung und Planung von Geschäftsprozessen sammeln, aufbereiten und bereitstellen.

BI ist damit ein Kernbestandteil des Performance-Managements, das Methoden, Werkzeuge und Prozesse zur Verbesserung der Leistungsfähigkeit und Profitabilität von Unternehmen umfasst. Primär adressiert werden Planungs-, Berichts- und Analyseaufgaben in allen Bereichen der Organisationen. BI-Lösungen ersetzen allerdings keine operativen Systeme für den täglichen Einsatz im Unternehmen bei Vertrieb, Service oder Produktion. Sie ergänzen diese aber immer stärker um analytische Ergebnisse, die im operativen Prozess genutzt werden können. Lesen Sie den ganzen Text ab S. 8.

CRM-Systeme im praktischen Einsatz

Ein zentraler Teil des Wissens in Unternehmen bezieht sich auf Kunden, mit denen geschäftliche Beziehungen bestehen oder erwartet werden. Um dieses Wissen besser in den Griff zu bekommen, bedienen sich immer mehr Unternehmen sogenannter CRM-Systeme. In einer Studie der Fachhochschule Wiener Neustadt wurde der Einsatz von CRM-Systemen bei den Top-500-Unternehmen Österreichs untersucht.

MONITOR-Autor Michael Torggler ist wissenschaftlicher Mitarbeiter der FH Wiener Neustadt und hat in seinem Beitrag ab S. 18 die wichtigsten Ergebnisse für Sie zusammengefasst. So zeigt die Studie auf, dass Unternehmen zunehmend die Bedeutung von CRM im täglichen Geschäft erkennen und meist bereits ein Grundverständnis darüber besteht, was CRM ist und welche Konzepte dahinter stehen. Bei der Umsetzung entsprechender Projekte werden jedoch in vielen Fällen immer noch nur technologische Aspekte berücksichtigt, was zum Scheitern führen kann, da Informationssysteme „nur" Werkzeuge im Rahmen einer ganzheitlichen CRM-Strategie darstellen. Auch gestaltet sich die Auswahl und Einführung der „richtigen" Lösung für Unternehmen aufgrund der steigenden Komplexität der Prozesse und des steigenden Funktionsumfangs der Systeme zunehmend schwieriger. Mehr als die Hälfte der befragten Unternehmen haben jedenfalls bereits CRM-Systeme im Einsatz. Die mit Abstand am häufigsten genannten Funktionalitäten, die im täglichen Geschäft genutzt werden, lassen sich dem Kontaktmanagement (z. B. Kunden-, Adress- und Terminverwaltung) zuordnen. Andere Bereiche des kollaborativen CRMs, wie Customer Interaction Center oder eCRM-Lösungen, werden bislang nur in wenigen Unternehmen genutzt.

Gezielte Vermarktung

Hat man nun dank entsprechender Systeme viele Informationen über Märkte und mögliche Kunden gesammelt, nähert man sich in einem nächsten Schritt oft der gezielten Vermarktung der eigenen Produkte bzw. Dienstleistungen. Und auch dies ist gerade bei komplexeren und erklärungsbedürftigen Angeboten keine einfache Sache. Daher freuen wir uns besonders, mit dem Marketing-Experten Erwin Matys einen hervorragenden Autor für eine entsprechende Serie gefunden zu haben. Im ersten Teil widmet er sich ab S. 38 dem „Vorgehensmodell". Ausgangspunkt dabei sind die vielfältigen Schwierigkeiten vieler Geschäftsführer, Marketing- und Vertriebsleiter, Kunden von Technologieprodukten zu überzeugen.

Hat man einmal die Erfahrung gemacht, dass ein komplexes Produkt oder eine spezielle Dienstleistung von Kunden erst nach einer längeren Dialogphase gekauft wird, kennt man die Situation. Allerdings gibt es ein „Produkt mit hohem Erklärungsbedarf" per se nicht. Denn was einer Person unbekannt ist, kann einer anderen längst vertraut sein. Ob ein Produkt nun tatsächlich erklärungsbedürftig ist, hängt also immer vom Informationsstand der Zielgruppe ab. Das bedeutet, dass die genaue Kenntnis der Zielgruppe eine wesentliche Voraussetzung ist.

Als besonderes „Zuckerl" für unsere Leserinnen und Leser stellt der Autor auf der seit Anfang des Jahres völlig neu gestalteten MONITOR Website www.monitor.co.at/matys ein 50-seitiges Booklet zum kostenlosen Download bereit. Matys hat dafür mehrere Dutzend persönliche Interviews mit Geschäftsführern, Marketing- und Vertriebsleitern geführt, um den Inhalt mit spannenden Fällen zu untermauern. Das Booklet enthält viele Beispiele aus den Interviews, eine Beschreibung der Vorgangsweise erfolgreicher Unternehmen sowie Praxistipps zur konkreten Umsetzung.

Eine interessante, anregende und gewinnbringenden Lektüre für einen erfolgreichen Start in den Herbst wünscht Ihnen Ihr

Inhalt | September 2008

Wirtschaft

REBOOT 6

Thema | Business Intelligence & CRM

Ganzheitliche Business Intelligence 8
SAS Institute: Stark wachsend 12
Bereichscontrolling im internationalen Großhandel 13
SAP mit Enterprise Performance Management 15
Studie: Einsatz von CRM-Systemen in österreichischen Unternehmen 18
Die Plattform entscheidet 21
KMU suchen professionelle Unterstützung 22
CRM Software Upgrade - Fluch oder Segen? 23

Branchen-Monitor: Finanzdienstleister

„Wir müssen jeden Stein umdrehen" - Interview mit Wilhelm Doupnik, Raiffeisen Software Solution 24
Nachvollziehbare Mitarbeitergeschäfte durch ITdesign 26
Erweiterte Softwarelösung für Finanzdienstleister 27
Sicheres mobile Banking mit SmartCard-Technologie 28

Strategien

Siemens IT Solutions and Services: Global vernetzt 30
Industrielle Revolution in grün 33
Was SOA Governance in der Praxis leisten kann 34
IDS Scheer forciert dezentrale Unternehmenssteuerung 36
Komplexe Technologie bewerben und verkaufen - Teil 1 38

Netz & Telekom

Sicherheitsmanagement: Wer ist der nächste? 41
Höherwertige Verkabelung schafft Mehrwert 42
Veranstaltungshinweise 43

Job Training

IKT-Ausbildung Teil 4: IT-Lehrlinge oder HTL-Besuch? 46

Hard & Software

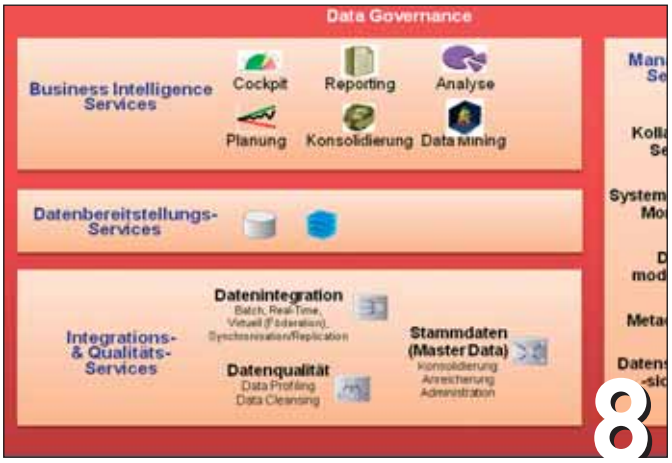
Von Wunderwesen und iPhones: Apple tanzt auf vielen Hochzeiten 50
EISA Award 2008 52
Multifunktionales „Fotolabor" mit WLAN 53

Moniskop

25 Jahre MONITOR: 1999 - das Jahr vor dem großen Knall 54

Aus der Redaktion

Editorial 3
Inserentenverzeichnis 55
Impressum 55



Ganzheitliche BI: Entscheidungen in Organisationen zu verantworten, erfordert eine gute und richtige Informationsbasis

Alois Süssenbacher, MBA, Siemens IT Solutions und Services erläutert im MONITOR Interview die aktuelle Strategie

Unsere Antwort: IT-Lösungen für Ihre Branche.

Durchgängige Geschäftsprozesse, ermöglicht durch branchenspezifische IT-Lösungen, geben Ihrem Unternehmen die nötige Flexibilität, um Kosten zu senken, Abläufe zu verbessern und letztlich das Geschäft nachhaltig zu entwickeln. Und das Wesentliche: Sie haben mehr Zeit für Ihre Kunden.
www.siemens.at/it-solutions

Answers.

SIEMENS

ACP kauft in Deutschland zu

ACP stärkt seine Position im süddeutschen Raum und hat den bayerischen IT-Dienstleister SWS übernommen.

Die SWS Computersysteme GmbH beschäftigt 50 Mitarbeiter und erzielte 2007 einen Umsatz von 10,5 Mio. Euro, ein Plus von 12% gegenüber dem Vorjahr (Umsatz 2006: 9,4 Mio. Euro). Für 2008 erwartet man eine weitere Steigerung auf rund 12 Mio. Euro. Das Unternehmen besteht bereits seit 21 Jahren und bietet IT-Services für den Mittelstand, vor allem im Raum Bayern. Schwerpunkte sind hochverfügbare Netzwerke, IP-Telefonie, Virtualisierung, Storage, Security und die Gestaltung von Rechenzentren. „Mit SWS gewinnen wir ein innovatives und hoch profitables Mitglied für ACP hinzu“, freut sich Michael Schönrock, seit dem Frühjahr neuer CEO der ACP-Gruppe in Wien. (Die deutsche SWS Computersysteme GmbH, Hauzenberg, steht mit der österreichischen SWS EDV-Software Ges.m.b.H., Wien, nicht in Verbindung.)

Die Geschäftsführer von links nach rechts: **Werner Kopczynski**, SWS, **Michael Schönrock**, ACP, **Christian Schreiner**, SWS, und **Lothar Fesl**, SWS.

REBOOT

Von wegen Wettbewerb: Die vielgepriesene Liberalisierung am heimischen Festnetzmarkt läuft schon seit geraumer Zeit in die umgekehrte Richtung. Jetzt ist Tele2 an der Reihe, geschluckt zu werden.

Conrad Gruber

Der österreichische Festnetz-User wird bald keine große Auswahl mehr haben. Nach dem Aufgehen des Anbieters eTel in der Telekom Austria Ende 2006 - nach einem regulatorisch eher umstrittenen Deal - ist nun die Tochter des schwedischen Telekomkonzerns Tele2 dran. Das Unternehmen steht zum Verkauf, dem Vernehmen nach um 60 Mio. Euro - nur wird es um diesen Preis nicht an den Mann zu bringen sein. Tele2 kämpfte zuletzt mit zunehmendem Kundenschwund; im Halbjahr 2008 sanken sowohl Kunden- als auch Umsatzzahlen erheblich.Tele2-Chef Robert Hackl beklagte in diesem Zusammenhang zwar die aggressive Markttaktik der Telekom Austria mit ihren ADSL-Anschlüssen, aber dass der Festnetz-Wettbewerb auf längere Sicht in Österreich nicht einfach ist, das müsste ihm schon klar gewesen sein, als er Anfang 2007 den Job übernahm.

Dennoch, für den Endkunden wird die erstarkte Dominanz der Telekom Austria nicht unbedingt die größten Freuden bringen. Denn genau diese Remonopolisierung sollte mit einer funktionierenden Marktregulierung eigentlich verhindert werden. Hier wurden nicht nur in der letzten Zeit Stimmen laut, die die Rolle der Regulierungsbehörde hinterfragen.

Leider steht diese grundsätzlich auf dem bequemen Standpunkt, man könne „es nicht jedem Recht machen“ und verfährt wie gehabt.

Wenn Tele2 vom Markt verschwunden ist, dann teilt sich die Telekom Austria mit UPC den Großteil des heimischen Festnetz- und Internetmarktes auf. Eine schleichende Preiserhöhung kann nicht ausgeschlossen werden. Alleine UPC/Chello ist mit seinen Internet-Anschlusspreisen in der Vergangenheit spürbar nach oben gegangen, es ist nur eine Frage der Zeit, bis das auch die Telekom macht, wenn die kritische Menge bei den ADSL-Anschlüssen erreicht ist. Natürlich: Der Wettbewerb regelt den Markt, sagt die Theorie. Ob ein Wettbewerb unter zwei aber schon ausreicht, darf doch wohl bezweifelt werden. Die Frage, welche Rolle die Regulierungsbehörde ihrer eigenen Ansicht nach hierbei noch spielt, darf wohl mit Fug und Recht gestellt werden.

Aber auch die Markteinschätzungsfähigkeit der schwedischen Konzernführung von Tele2 kann man hinterfragen: Eingestiegen um 213 Mio. Euro über den Kauf der UTA im Jahre 2004 ist Tele2 Österreich laut aktueller due diligence noch etwa 40 Mio. Euro wert. Ein teures Abenteuer. ❑

Karriere

Werner Mack ist neuer Managing Director von Avaya Österreich. Zum 1. August 2008 löste er in dieser Position Martin Lieb ab, der künftig die Geschäfte von Avaya in Central Europe leiten wird. Zuletzt war Werner Mack District Sales Manager für Österreich und Osteuropa bei HP Software.

Johannes Dobretsberger, 36, übernimmt zusätzlich zu seiner Position als Marketing Manager Österreich bei Sun Microsystems die überregionale Funktion als Marketing Manager für MID Europe. Er ist damit auch für die Länder Tschechien, Ungarn, Polen und Slowakei verantwortlich.

Martin Eisler, 37, wurde zum neuen Geschäftsstellenleiter von BEKO Informatik Linz bestellt. Der gebürtige Linzer arbeitet seit 1990 in der IT-Branche und war zuletzt als Client Principal bei Hewlett-Packard bzw. Leiter der Schneider Experts Personaldienstleistung GmbH in Linz tätig.

Dr. **Heinrich Lederer**, 51, ist neuer Services & Support Country Director bei Canon Austria. Der langjährige Canon-Mitarbeiter ist in dieser Funktion für das Management und die Entwicklung von Services- und Support-Dienstleistungen für alle Vertriebskanäle in Österreich verantwortlich.

Prokurist Ing. **Gerhard Mayer** hat die Funktion des Regionalmanagers in Salzburg und Oberösterreich bei der Telekom Austria übernommen. Er ist seit 1998 bei der Telekom Austria tätig und war zuletzt Regionalleiter in der Steiermark. Prokurist DI Manfred Erian übernimmt neben Kärnten jetzt auch die Regionalleitung für die Steiermark.

sas® forum

AUSTRIA 2008 vienna

02.10.2008 Tagungszentrum Schönbrunn

Innovation und Performance durch Business Intelligence

- Referenten berichten aus der Unternehmenspraxis
- BI-Trends, Technologien und Markttrends von morgen
- Ein Tag im Zeichen von Information und Austausch

www.sasforum.at

sas | THE POWER TO KNOW.

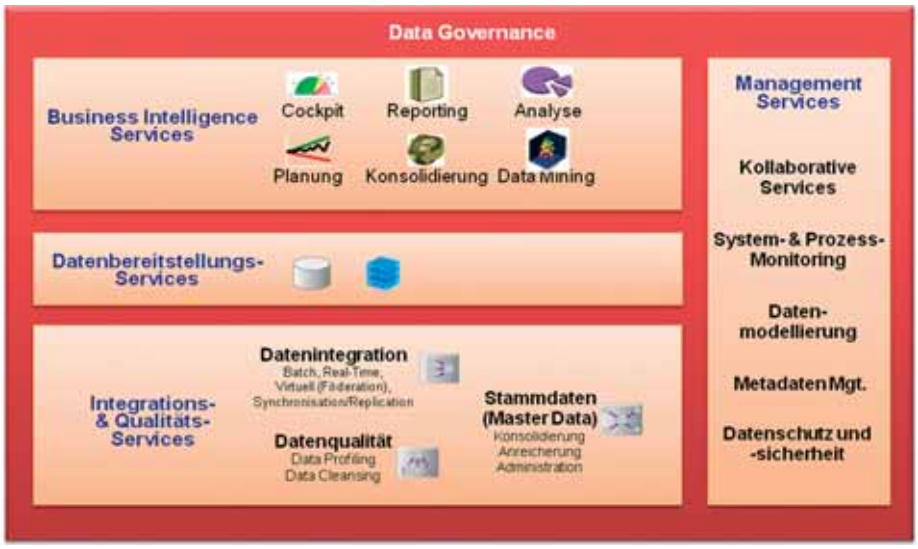
SAS and all other SAS Institute Inc. product or service names are registered trademarks or trademarks of SAS Institute Inc. in the USA and other countries. ® indicates USA registration. Other brand and product names are trademarks of their respective companies. © 2008 SAS Institute Inc. All rights reserved.

Premium Partners: Sun microsystems · TERADATA Raising Intelligence · T-Systems

Ganzheitliche Business Intelligence

Entscheidungen in Organisationen zu verantworten, erfordert eine gute und richtige Informationsbasis - diese ist nicht immer einfach zu finden. Wachsende Risiken verlangen schnelle Reaktionen, der Corporate-Governance-Kodex eine transparente Informationspolitik. Mit dem Verlust des Überblicks über die Vorgänge verlieren Organisationen auch schnell den Anschluss an den Wettbewerb.

Siegmund Priglinger



BARC Datenmanagement- und Business-Intelligence-Framework

Business-Intelligence-Systeme (BI) helfen Verantwortlichen, den Überblick zu behalten und wichtige Informationen aus ihren Daten zu generieren. BI bezeichnet hierbei die Sammlung, Aufbereitung und Bereitstellung von Daten zur Kontrolle, Steuerung und Planung von Geschäftsprozessen. BI ist damit ein Kernbestandteil des Performance-Managements, das Methoden, Werkzeuge und Prozesse zur Verbesserung der Leistungsfähigkeit und Profitabilität von Unternehmen umfasst.

Dr. **Siegmund Priglinger** ist Analyst und Berater bei BARC und Repräsentant von BARC in Österreich. Seine fachlichen Schwerpunkte sind Business Intelligence, Data Governance und Master Data Management als Teil von IT Governance. Priglinger hat mehr als 25 Jahre Erfahrung als Produkt- und Lösungsanbieter, IT-Manager und Unternehmensberater für IKT. Er unterstützt sowohl Softwarehersteller bei deren „Business Development" als auch Softwarenutzer bei Strategie- und Architekturfragen sowie im Einsatz und der Evaluierung von Software aus Sicht „Software enables the Business". www.barc.de

Primär adressiert werden Planungs-, Berichts- und Analyseaufgaben in allen Bereichen der Organisationen - von der Kundenanalyse über Controlling und Budgetierung bis hin zur Auswertung der Vertriebsaktivitäten, Marketing und Riskmanagement. So können entscheidende Informationen aus dem Datenwust herausgefiltert werden, auch abgelegene Tochterfirmen und Randbereiche einer Organisation werden wieder zentral steuerbar.

Hauptanwendungen für BI sind:

- Leistungsmessung der internen Geschäftsprozesse vor allem für das Controlling der verschiedensten Bereiche, den Aufbau von Reporting- und Management- Informationssystemen, Etablierung eines Risikomanagements oder Aufbereitung von Ist- und Plankennzahlen,
- Unterstützung des Managements der Kundenbeziehungen (CRM) insbesondere durch analytische Auswertungen in Marketing und Vertrieb, z. B. zur Vertriebssteuerung, Identifizierung von Kundensegmenten, Konfiguration von Produktangeboten, Profitabilitätsberechnungen, Erhöhung der Antwortwahrscheinlichkeit für Direktmailings etc.,
- Analyse des Vertriebsprozesses und der Kundenbeziehungen zur Identifizierung von Einspar- oder Verbesserungspotendialen.

BI-Tools ersetzen dabei keine operativen Systeme für den täglichen Einsatz im Unternehmen bei Vertrieb, Service oder Produktion. Sie ergänzen diese aber immer stärker um analytische Ergebnisse, die im operativen Prozess genutzt werden können. Beispiele sind hier die Erzeugung von Modellen zur Planung der kurzfristigen Erfolgsrechnung oder zur Abwanderungswahrscheinlichkeit von Kunden. Im Callcenter oder zum Kampagnenmanagement werden Reaktionswahrscheinlichkeiten auf Angebote benötigt, die ebenfalls auf Basis historischer Daten als Modell berechnet werden. Zum „Closed-Loop"-System werden solche Anwendungen, wenn das (positive oder negative) Ergebnis des Kundengewinnungsprozesses wieder als Grundlage für neue Analysen genutzt wird, um bei der nächsten Ansprache auf einem besseren Datenbestand eine bessere Vorhersagegenauigkeit zu erreichen.

Was muss ein BI-System können?

Den breiten Einsatz von BI-Werkzeugen in Unternehmen behindern die oftmals hohe Komplexität und geringe Anwenderakzeptanz der Software. Dies hat verschiedene Ursachen, die in zahlreichen Anwenderbefragungen regelmäßig identifiziert werden können. Hauptprobleme sind zu langsame Abfrage- bzw. Reaktionsge-

schwindigkeit der Anwendung, unzureichende Datenqualität, zu langsame Umsetzungsmöglichkeit für neue Anforderungen sowie menschliche Faktoren wie Unternehmenspolitik oder fehlendes Know-how zum Betrieb. Nur eine umfassende Berücksichtigung von organisatorischen, fachlichen und technischen Aspekten kann daher ein erfolgreiches BI-Projekt gestalten.

Im organisatorischen Bereich wird in vielen Unternehmen seit einigen Jahren die Bildung von BI-Kompetenzzentren vorangetrieben. Diese übernehmen verschiedene Aufgaben der Bündelung von Kompetenz, sowohl von fachlicher als auch von technischer Seite. Dies sind Themen wie Support und Schulung, Kennzahlenstandardisierung, Know-how-Austausch zu Analyseverfahren, Prozessunterstützung oder technischen Aspekten wie Datenintegrations-und Datenqualitätsmanagement. Grundsätzlich müssen BI-Systeme vor allem die Datengrundlage für Führungsinformationen schaffen. Hierzu gehört insbesondere die Zusammenführung von Daten aus den verschiedensten, eventuell weltweit verteilten EDV-Systemen, um die Geschäftsprozesse zu überwachen und eine einheitliche Datenbasis für alle Planungs- und Steuerungssysteme aufzubauen. Die verschiedenen hierfür benötigten Services werden im BARC-Datenmanagement und BI-Framework geordnet und strukturiert. Das Framework zeigt die Schwerpunktthemen jeder BI- und Datenmanagement-Strategie:

Datenintegrations- und Datenqualitätsservices

Datenintegrations- und Datenqualitätsservices sorgen für den Zugriff auf Daten, ihre Überführung zwischen Systemen sowie die Qualitätssicherung. Im einzelnen sind dies

- Datenintegration: Extraktion aus Quellsystemen, Transformation von Daten und Überführung in Zielsysteme. Diese Aufgaben können in regelmäßigen Batch-Prozessen oder auch in Echtzeit erfolgen. Bei der Föderation von Systemen wird die tatsächliche Datenabfrage in Quellsystemen erst auf Anforderung vorgenommen.
- Datenqualität: Die wesentlichen Datenqualitätsservices sind Data Profiling und Data Cleansing. Die Analyse von Datenbeständen hinsichtlich Muster, Auffälligkeiten und der Einhaltung bestimmter technischer und fachlicher Regeln erzeugt ein Datenprofil (Data Profiling). Dies ist in der Regel sehr nützlich, um Informationen über den tatsächlichen Qualitätszustand von Datenbeständen zu bekommen. Data Cleansing beschreibt dann den aktiven Bereinigungsprozess von Daten, um schlechte Daten in bessere zu verwandeln. Eine der am häufigsten angewandten Methoden hierbei ist die Deduplizierung von Datenbeständen. Weiterhin findet sich der Abgleich mit Referenzdatenbeständen (Matching), um z. B. Adressen automatisch zu korrigieren.
- Stammdaten: Die Verwaltung von Stammdaten erfolgt typischerweise in operativen Systemen. Eine Betrachtung von Stammdaten im Rahmen der Integrationsservices ist wichtig, um den Austausch und die Konsolidierung bzw. den Abgleich von Stammdaten zwischen Systemen zu organisieren. Teilweise werden Stammdatensysteme auch als separate Referenzdatenspeicher (Data Hubs) realisiert, zumindest aber der Abgleich von Stammdaten und ihre Verteilung zwischen Systemen erfolgt als zentraler Service.

Datenbereitstellungsservices

Datenbereitstellung umfasst sowohl die Datenspeicherung als auch die Organisation des Zugriffs auf Datenspeicher über Metadaten, die dem Anwender oder den BI-Anwendungen bereitgestellt werden. Ein Data Warehouse als separierter Datenspeicher ist in der Regel das Rückgrat für BI-Systeme. Daten können hier zusammengeführt, qualitätsgesichert, historisiert und in der für BI-Anwendungen notwendigen Form gespeichert werden.

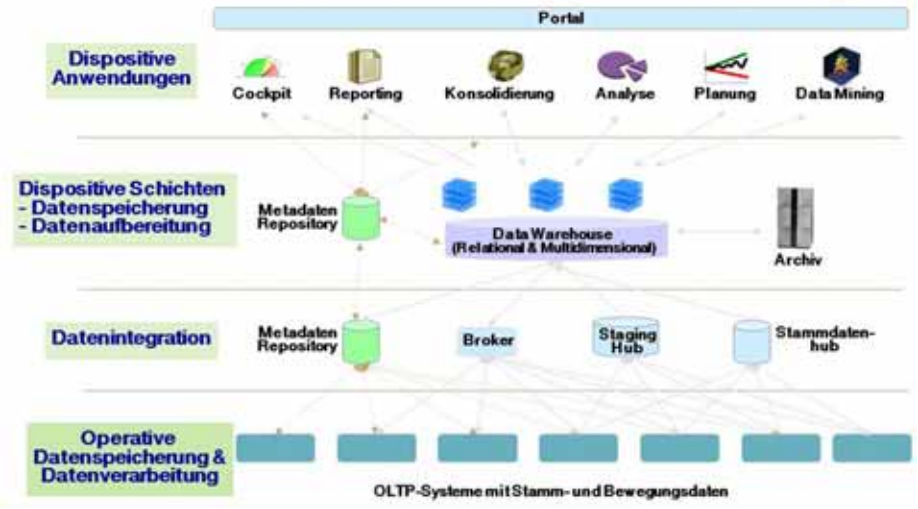
Anwender sollen in der Regel von der Komplexität der Speichertechnologie ab-

geschirmt werden. Daher wird eine sogenannte semantische Schicht bereitgestellt, die dem Anwender geschäftsrelevante Objekte zur Nutzung in seinen BI-Anwendungen zur Verfügung stellt und im Hintergrund die Verknüpfungen zu einem oder mehreren Datenspeichern verwaltet und den Zugriff organisiert.

BI-Services

BI-Services umfassen alle Anwendungen, die für entscheidungsunterstützende oder Performance-Management-Prozesse benötigt werden.

- Reporting: Definition und unternehmensweite Verteilung von Berichten, entweder statisch oder mit gewissen Auswahlmöglichkeiten versehen.
- Analyse: Umfangreichere Analyse von Daten durch direkte Anzeige mehrdimensionaler Datenräume. Direkte Verdichtungs- und Detaillierungsmöglichkeiten im Datenbestand.
- Data Mining: Automatisierte, vorhersagende Analyse zur Identifikation von Gruppen und Beziehungen in Daten sowie der Berechnung von Eintrittswahrscheinlichkeiten.
- Planung: Eingabe- und Planungsfunktionen zur Datenverteilung oder rollierenden Planung sowie eine Prozesssteuerung unterstützen den Planungsprozess.
- Konsolidierung legaler und betriebswirtschaftlicher Konzerneinheiten und -segmente als Grundlage des Jahresabschlusses.
- Cockpit: Zusammenführung verschiedener Darstellungsformen von Kennzahlen auf einer bildschirmorientierten Anwendung, die in der Regel einer Übersicht wesentlicher Kennzahlen dient und als Einstiegspunkt in weitergehende Analysen genutzt werden kann.



Die IT-Architektur von Business Intelligence

Management-Services

Management-Services unterstützen die Anwendung bzw. Verwaltung aller bisher genannten Services. Notwendig sind Datenmodellierung, Sicherheitseinstellungen, Organisation der Zusammenarbeit (Kollaboration), System- und Prozessüberwachung sowie Metadatenmanagement. Letzteres dient der Organisation der Datenbeschreibungen, die für Entwickler wie Endanwender interessant und relevant sind und ihre Produktivität erhöhen können.

Data Governance

Data Governance legt Prozesse, Fähigkeiten, Führungsart und IT-Ressourcen fest, die erforderlich sind, um die Informations-Ressourcen des Unternehmens erfolgreich einsetzen zu können. Data Governance ist damit ein übergreifendes Konzept, das die Steuerung aller genannten Services, vor allem durch das Setzen von Standards, sowie die Überwachung ihrer Einhaltung umfasst.

BI-Strategien

Aufgabe für BI-Strategien ist es nun, die genannten Services in Architekturen umzusetzen und Prozesse, Systeme und Werkzeuge zu definieren.

Auf Seite der Softwareanbieter ist eine deutliche Tendenz zur Plattformbildung zu erkennen. Datenmanagement-Plattformen bündeln dabei Datenbereitstellungs-, Datenintegrations- und Qualitätsservices. BI-Plattformen integrieren die verschiedenen BI-Services.

Beide Varianten nutzen gemeinsame Management-Services, um eine Integration der Anwenderwerkzeuge durch eine technische Integration auf Plattform-Ebene zu unterstützen.

Die Plattformbildung ist dabei häufig noch nicht vollständig vollzogen, da oft zugekaufte und inkompatible Komponenten zusammengefügt wurden.

Die Großübernahmen im Softwaremarkt 2007 (Oracle-Hyperion, IBM-Cognos, SAP-Business Objects) ermöglichen nun die Zusammenführung von Datenmanagement- mit BI-Plattformen. Größte Gefahr hierbei ist die zu enge Kopplung, die der Kernanforderung von hoher Interoperabilität und Integrationsmöglichkeit heterogener Datenquellen und Anwenderwerkzeuge entgegensteht. ❑

Anforderungen an BI-Systeme

Neben der Umsetzung der fachlichen Anforderungen sind zwingende Eigenschaften moderner Softwarewerkzeuge für BI:

- ansprechende Visualisierung
- gute Antwortzeit
- einfache Bedienbarkeit
- hohe Flexibilität und Anpassbarkeit an sich schnell ändernde Anforderungen.

Mit dem Aufbau und der Bereitstellung einer qualitativ hochwertigen Datenbasis durch Datenintegrations-, Qualitäts- und Bereitstellungsservices erreichen Unternehmen eine Versorgung mit wertvollen und gewinnbringenden Informationen, die ohne eine BI-Lösung in unterschiedlichsten EDV-Systemen verborgen blieben.

Schnellere Business Intelligence

Bei Swarovski profitieren rund 850 Business -Warehouse-Anwender von kürzeren Antwortzeiten. Umgesetzt wurde die Lösung auf Basis des SAP NetWeaver Business Intelligence (BI) Accelerators von Fujitsu Siemens Computers.

Die bessere Performance des unternehmensweiten Informationssystems erhöht bei Swarovski die Mitarbeiterakzeptanz, entlastet das IT-Personal vom Aufwand zur Vorbereitung und Betreuung von Datenanalysen und sorgt für eine präzisere Steuerung der Geschäftsprozesse.

Swarovski, Spezialist für geschliffenen Kristall, wurde 1895 in Wattens, Tirol, gegründet und beschäftigt heute weltweit 22.000 Mitarbeiter, produziert an 19 Standorten und ist mit 770 Geschäften in 120 Ländern vertreten.

Wichtigster Rohstoff neben Kristall sind dabei heute die Daten, um das global produzierende und weltweit präsente Unternehmen zu steuern. Damit aus dem immer größer werdenden Datenschatz auf allen Managementebenen sekundenschnell die richtigen Schlüsse gezogen werden können, setzt das Unternehmen den SAP NetWeaver Business Intelligence (BI) Accelerator von Fujitsu Siemens Computers ein.

Mit SAP NetWeaver BI verfügt das Unternehmen dazu über ein unternehmensweites Informationssystem. Es hatte allerdings mit dem zügigen Durchführen von Abfragen Probleme. Denn je stärker die Datenmengen anwuchsen, desto langsamer wurde der Datendurchsatz. Zunächst steuerte die IT-Abteilung dieser Entwicklung entgegen, indem sie für verschiedene Analysen Aggregate aufbaute. Das Resultat dieser Tuningmaßnahme war jedoch nicht immer zufriedenstellend und bedeutete für das IT-Personal zudem einen enormen Aufwand.

BI Accelerator

Um diese Situation grundlegend zu verbessern entschied sich Swarovski, eine zu diesem Zeitpunkt gerade neu auf den Markt gekommene Lösung seines langjährigen IT-Infrastruktur-Partners unter die Lupe zu nehmen: den SAP NetWeaver BI Accelerator von Fujitsu Siemens Computers. Als strategischer Partner von SAP hatte sich Fujitsu Siemens Computers bereits frühzeitig mit der BI-Accelerator-Technologie auseinandergesetzt und gemeinsam mit EMC eine vorinstallierte IT-Infrastrukturlösung entwickelt, mit der SAP BI-Anwender Analysen ihrer Geschäftsdaten ohne Veränderung am bestehenden System kurzfristig beschleunigen können. Fujitsu Siemens Computers bot Swarovski die Möglichkeit, die Lösung als Try-and-Buy-Angebot im eigenen Unternehmen zu testen. „Der BI Accelerator war eine komplett neue Lösung, mit der alle Beteiligten noch wenig Erfahrung hatten“, erinnert sich Helmut Krimbacher, CIO bei Swarovski. „Fujitsu Siemens Computers hat uns die Möglichkeit geboten, die Lösung ohne finanzielles Risiko unter realen Bedingungen zu testen und uns dabei zudem umfassend unterstützt und beraten. So konnten wir den Nutzen der Lösung live erleben. Rückblickend war die Einführung des BI Accelerator ein sehr professionell umgesetztes Projekt. Wir haben die Erfahrung gemacht, dass die Lösung problemlos zu installieren ist und keine Eingriffe an der Datenstruktur und Logik erfordert.“

Starke Performance-Verbesserung

Die vorinstallierte, durch SAP zertifizierte IT-Infrastrukturlösung ermöglicht selbst mit mehreren Terabyte Daten Echtzeitanalysen. Rund 850 Business-Warehouse-Anwender bei Swarovski setzen bei ihrer täglichen Arbeit auf dieser Lösung.

www.fujitsu-siemens.at

Pinguine bekommen keine kalten Füße!

Die Evolution hat Pinguine mit einem gesonderten Blutkreislauf nur für die Füße ausgestattet. Heute nennt man das: Einführung paralleler Prozesse in schwierigem Terrain.

Ein perfektes Beispiel dafür, dass bewährte Systeme durch Anpassungen an die individuellen Bedürfnisse optimale Lösungen ergeben. itelligence entwickelt auf Basis der sicheren Struktur der SAP®-Anwendungsumgebung individuelle Branchenlösungen. Maßgeschneidert für den Mittelstand – damit Sie auch bei komplexen oder parallelen Prozessen keine kalten Füße bekommen.

itelligence. Zeit für Zukunft!

itelligence
www.itelligence.at

Stark wachsend

Als weiter unabhängiger Business-Intelligence-Anbieter (BI) versucht SAS durch vermehrte Partnerschaften auch in neue Marktsegemente vorzudringen. Wilhelm Petersmann, gebürtiger Kärntner und seit Anfang des Jahres neben der Schweiz auch für Österreich als Country Manager zuständig , gibt im MONITOR-Interview Einblicke in die Strategien des Unternehmens.

Rüdiger Maier

Wilhelm Petersmann, gebürtiger Kärntner und seit Anfang 2008 neben der Schweiz auch für Österreich als Country Manager zuständig

„Mit 50 Mitarbeitern und einer starken Beratungsschiene haben wir uns in Österreich als BI-Partner für Finanzdienstleister, Handel und Industrie sowie die öffentliche Hand etabliert. Mit dem gezielten Ausbau unserer Partnerschaften wollen wir nun vermehrt auch andere Bereiche adressieren", erläutert Petersmann. Bis 2010 ist geplant, etwa 20% des Umsatzes über Partner zu machen. Laut einer IDC-Prognose werde sich bis dorthin die Datenmenge bereits innerhalb von nur elf Tagen verdoppeln: „Wer aus seinen Daten dann Informationen gewinnen will, braucht eine leistungsfähige Lösung", sieht Petersmann den Bedarf weiter stark wachsen. Dafür werde man auch weiterhin bis zu 25% des weltweiten Umsatzes in die Forschung investieren, die vorwiegend in den USA stattfindet. Besonderes Augenmerk lege man auch auf Applikationen für bestimmte Bereiche, die sich schnell in das Tagesgeschäft integrieren lassen. „Wir können etwa durch Mustererkennung aus den Daten herauslesen, welche Kunden demnächst kündigen werden, um so gezielt Betreuungskapazitäten dorthin zu lenken", gibt Petersmann Einblick in die Möglichkeiten moderner BI.

Wachstum und Partnerschaften

2007 wuchs der Umsatz der Österreich-Tochter um 17% gegenüber dem Vorjahr, laufend werden neue Mitarbeiter gesucht. „Ein eigener Mitarbeiter-Manager soll dafür sorgen, dass wir diesen zentralen Erfolgsfaktor so gut wie möglich weiterentwickeln!" Denn auch heuer sollen mindesten sechs neue Mitarbeiter aufgenommen werden, wahrscheinlich sogar bis zu zehn.

Für die Erschließung neuer Marktsegmente und den Ausbau bestehender Kunden setzt man darüber hinaus auf Partnerschaften: „Mit dem Datenbankspezialisten Teradata adressieren wir die Top-500-Unternehmen, mit T-Systems und kleineren, hoch spezialisierten Partnern wenden wir uns auch an KMUs, die vermehrt Bedarf an BI-Lösungen haben", analysiert Petersmann. Man führe dazu laufend Gespräche auch mit Beratungshäusern wie CSC oder Bearing Point und suche Spezialanbieter für neue Märkte.

Nachhaltig wirtschaften

Für das derzeit viel diskutierte Thema Nachhaltigkeit/Green IT - MONITOR und IDC vergeben ja am 26. November erstmals den Green IT Award - hat der BI-Spezialist auf seiner jährlichen Business-Leadership-Konferenz die „Sustainability Management"-Lösung vorgestellt.

„Gerade im Bereich der Nachhaltigkeit haben wir es mit äußerst komplexen Daten zu tun, deren Auswertung entsprechend schwierig ist. In diesem Bereich können wir unsere ganze Expertise einbringen und so etwa auch die Abhängigkeiten der einzelnen Faktoren sichtbar machen", erläutert der Geschäftsführer. Gerade was die vorausschauende Planung auf Basis gesammelter Daten betrifft, sei man mit der im Frühjahr vorgestellten Enterprise Intelligence Platform 9.2 dem Mitbewerb deutlich voraus. So könne man etwa modellieren, welche Veränderungen in einer bestehenden Produktion besonders gute Resultate im Bezug auf die Umwelt mit sich bringen.

Für die anspruchsvolle Analyse dieser vielschichtigen Zusammenhänge zwischen sozialen und ökologischen Faktoren und der eigenen Unternehmensstrategie nutzt z. B. Cisco Systems als einer der ersten Anwender die neue Lösung: „Wir sind davon überzeugt, dass wir innovative Technologien und starke Partner brauchen, um unsere Nachhaltigkeits- und Umweltverträglichkeitsziele zu erreichen", so Laura Ipsen, Mitglied des Eco Boards bei Cisco. „Dank unserer Kooperation mit SAS und dem Einsatz der Sustainability-Management-Lösung können wir heute besser erkennen, welche Projekte und Ressourcen sowohl der Umwelt als auch unseren Kunden und Mitarbeitern einen besseren Return on Investment bringen." ❑

Veranstaltung: SAS FORUM AUSTRIA

SAS lädt am 2. Oktober 2008 in Wien zum 1. SAS FORUM AUSTRIA 2008. Thema: „Innovation und Performance durch Business Intelligence"

Die neuesten BI-Trends, aktuelle Branchen- und Marktentwicklungen sowie technologische Neuheiten stehen auf der Konferenzagenda. Neben namhaften Keynotespeakern erwarten die Teilnehmer Anwender- und Expertenpräsentationen aus den Bereichen Kundenmanagement, Finanzmanagement, Risikomanagement und Informationsmanagement.

Live-Demos und Hands on Workshops zeigen Lösungen von SAS in Aktion. Und selbstverständlich werden auch Gedanken- und Ideenaustausch sowie Networking in entspannter Umgebung - etwa anlässlich des BI-Cocktails in der Orangerie des Schlosses Schönbrunn - nicht zu kurz kommen. Veranstaltungsort ist das Tagungszentrum Schloss Schönbrunn, 1130 Wien. Die Veranstaltung ist kostenpflichtig. Anmeldung und Details unter www.sas.at

Bereichscontrolling im internationalen Großhandel

Das Handelsunternehmen VA Intertrading hat mit Cubeware eine Reporting-Lösung realisiert, die zentral alle Kennzahlen der weitgespannten Handelsbeziehungen erfasst und analysiert. Dadurch ist die Unternehmensführung jederzeit aktuell über die Entwicklung aller Handelsbereiche informiert.

Die Zentrale der 1978 gegründeten VA Intertrading Aktiengesellschaft befindet sich in Linz. Das internationale Handelsunternehmen zählt zu den führenden Handelshäusern in Österreich. Zusätzlich zu den Handelsaktivitäten bietet VA Intertrading Servicedienstleistungen wie Transport und Logistik, Termingeschäfte und Handelsfinanzierung.

VA Intertrading vereint unter seinem Dach die unterschiedlichsten Großhandels-Aktivitäten und hat ein breites Netzwerk von Niederlassungen in der ganzen Welt. Für die Steuerung der weitgespannten Handelsbeziehungen mit Kunden, Herstellern und Partnern sind aktuelle Kennzahlen aus allen Märkten unerlässlich. Das Reporting ist entsprechend anspruchsvoll. Die Controlling-Abteilung benötigte dafür ein modernes Planungs- und Analysesystem, das die bestehende Berichtslösung auf Basis von Microsoft Dynamics NAV und MS Excel ablöst.

Das Cubeware Cockpit war für die Projektverantwortlichen die ideale Lösung, da es mit seiner hohen Funktionalität und Flexibilität dem breiten Anforderungsprofil des Handelshauses entspricht. Die Controller können damit Planung, Ad-hoc-Analyse und Reporting in einer Plattform abdecken. Wichtig bei der Auswahl war auch die intuitive Bedienbarkeit, und zwar für die Anwender ebenso wie für die Projektleiter aus dem Controlling, die das neue System in Eigenregie betreuen und weiter ausbauen.

Zum Aufbau des neuen Reportings hat das Controlling erstmals alle benötigten Quelldaten aus Dynamics NAV und Excel zusammengeführt und vereinheitlicht, was auch die Qualität des gesamten Datenmaterials deutlich verbessert hat. Die kumulierten Daten werden im MS SQL Server gehalten und stehen in dessen OLAP-Komponente Analysis Services für die multidimensionale Analyse bereit. Als ETL-Tool werden die Data Transformation Services (DTS) des SQL Servers genutzt.

Als Planungs- und Reporting-Plattform fungiert das Cubeware Cockpit. Die Controller erstellen damit Standardberichte, die in PDF-Dateien exportiert und an die Abteilungsleiter verschickt werden. Auch für Ad-hoc-Analysen wird das BI-Frontend häufig genutzt.

Cubeware hat das Projektteam der Controlling-Abteilung bei der Konzeption und Implementierung des Systems unterstützt und eine Anwenderschulung zum Cubeware Cockpit durchgeführt. Die Controlling-Experten von VA Intertrading konnten sich dabei in kurzer Zeit selbst das entsprechende Know-how aneignen, um das Reporting eigenständig zu betreuen und bei Bedarf weiter auszubauen.

„Mit dem Cubeware Cockpit generieren wir unsere Standardauswertungen in einem Bruchteil der Zeit, die wir vorher benötigten."
Stefan Aschenberger, Beteiligungscontroller bei der VA Intertrading Aktiengesellschaft

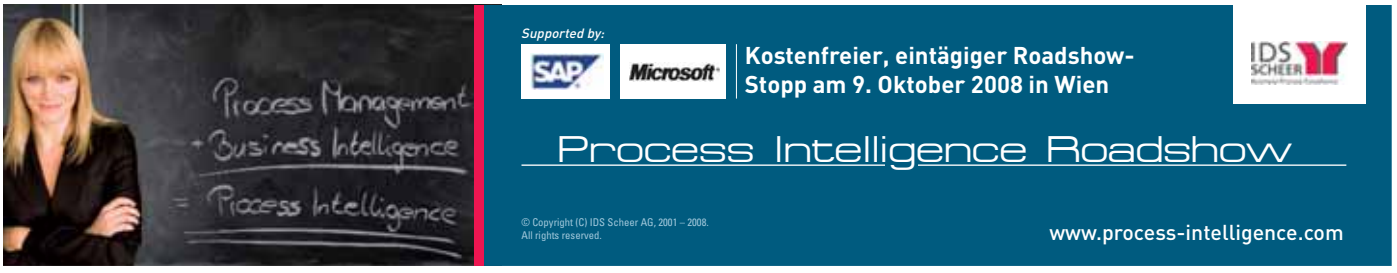
Das internationale Handelshaus bildet in nur einem Datencube sämtliche benötigten Berichtskategorien ab. Die Hauptkategorien sind die Profit Center, Artikel und Trader. Im Datenmodell sind diese in Dimensionen untergliedert, in denen z. B. die für den Großhandel wichtigen Ein- und Verkaufsdaten, Länder, Lieferanten und Lieferwerke sowie Kosten- und Ergebnisträger gehalten werden. Dazu treten die klassischen Dimensionen wie Zeit, Kunden, Ist- und Budgetdaten.

Die Controlling-Abteilung generiert die Standardberichte für die Abteilungen und die Geschäftsleitung jetzt automatisiert und verzeichnet damit erhebliche Effizienzsteigerungen.

Zudem sind Ad-hoc-Auswertungen, z. B. nach Ländern, Produkten oder Kunden, einfach durchzuführen. Das Controlling kann so beispielsweise den Vorstand für eine Präsentation in einem bestimmten Land jederzeit schnell mit dem passenden Zahlenmaterial versorgen. Einzelne Berichte, für deren Erstellung zuvor drei Tage benötigt wurden, sind nun innerhalb weniger Stunden fertig.

Beim Standardreporting werden die Zahlen je nach Bedarf tagesaktuell, als Monats- oder Quartalsberichte geliefert. Statt in einzelnen Excel-Sheets der jeweiligen Geschäftsbereiche liegen nun im zentralen Reporting-System alle Berichte und Analysen auf einheitlicher Datenbasis vor. Die konsolidierten Daten verschaffen der Unternehmensführung einen transparenten, aktuellen Überblick über die Entwicklung des Gesamtunternehmens.

www.cubeware.de



Business Intelligence - für Menschen, auf die's ankommt!

Seit der Entscheidung von SAP vor rund 20 Jahren, mit ihrem neuen Produkt R/3 nicht mehr auf den Mainframe zu setzen, haben die betriebsunterstützenden Systeme weltweit ihren Siegeszug angetreten. Es gibt wohl kein Unternehmen mehr, das nicht das Rechnungswesen, die Materialwirtschaft, die Fertigungslogistik und andere Bereiche des Unternehmens durch Computerprogramme abbildet und steuert. Was bleibt da noch zu tun?

WINTERHELLER Lösungen und der Microsoft BI-Stack

Vieles, so sind die Analysten überzeugt. Business Intelligence (BI), zusammen mit Corporate Performance Management (CPM), ist der Bereich, wo man noch zweistellige Wachstumsraten erwartet. BI und CPM erscheinen für manche als die Kristallkugel für die strategische Unternehmensführung, aus der sich die Zukunft herauslesen lässt.

WINTERHELLER software, seit über 20 Jahren bekannt für seine Lösungen zur strategischen Unternehmensführung, setzt seit 1991 auf Windows als Betriebssystem-Plattform. Seit dieser Zeit sind die Produkte von Microsoft für das Unternehmen eine stabile Basis. Der gemeinsame Erfolg bei über 4.500 Kunden verbindet und wird seit Jahren durch die Verleihung des „Microsoft Gold Certified Partner"-Status an WINTERHELLER software belegt.

Mit der Zusammenfassung von Kernprodukten, wie dem Microsoft Office SharePoint Server, dem PerformancePoint Server, und ETL-Werkzeugen, wie den SQL Server Integration Services und den Analysis Services in den Microsoft BI Stack hat Microsoft sein Angebot hier noch besser positioniert. Dadurch können allgemeine Funktionen wie

- Erfassung von Grunddaten für die strategische Planung aus den verschiedenen Unternehmensbereichen,
- Analyse von Daten (auch OLAP) und Überwachung von Schlüsselkennzahlen,
- Erstellen von Berichten und deren Verteilung im Unternehmen,

für eine breite Gruppe von Nutzern bereitgestellt werden, die unter Verwendung bekannter Werkzeuge wie Internet Explorer oder Excel mit geringem Schulungsaufwand diese Funktionen nutzen können. Mit seinem Fokus auf die Fachleute im Controlling und Konzernberichtswesen bietet WINTERHELLER software mit seinen „Professional Enterprise"-Produkten hier die ideale Ergänzung. Die verlässliche Konsolidierung von Teilabschlüssen, ein lebendiges Berichtswesen, die Überwachung von komplexen Schlüsselkennzahlen, die Analyse von Planabweichungen und die vorausschauende Planung und Forecasting - um selbst Forderungsausfälle oder Versorgungsengpässe zu meistern, die Liquidität sicherzustellen, Risiken zu beherrschen - sind die Ansprüche dieser Fachleute. Dazu bedarf es ausgefeilter Techniken, um z. B. die Nachvollziehbarkeit und Analysefähigkeit aller vorgenommenen Konsolidierungsmaßnahmen im Zusammenhang mit Reorganisationen oder kartellrechtlichen Belangen sicher zu stellen. Etwas, wo die häufig eingesetzten Spreadsheets schnell an ihre Grenzen stoßen.

„Echtzeitfähige Planung auch bei komplexen Unternehmensstrukturen, das heißt eine entsprechend komplexen Rechenlogik, sind unsere Stärke. Das lässt sich nur erreichen durch Werkzeuge wie unsere Business Content Libraries", so Herwig Bachner, CTO von WINTERHELLER software. „Besonders die Integration von Analyse und Planung wird von unseren Kunden gewürdigt, da damit Kernprozesse, wie zum Beispiel die Budgetierung, wesentlich einfacher und zuverlässiger ablaufen", fügt er an. Mit dem Microsoft BI Stack können die besondere Expertise und die durch WINTERHELLER ermöglichten erweiterten Fähigkeiten der Fachleute im Controlling und Rechnungswesen jetzt noch einfacher unternehmensweit genutzt werden. Daher werden der SharePoint Server und der Performance Point Server auch von WINTERHELLER software vertrieben und bei CPM-Projekten eingesetzt, die eine große Zahl von Anwendern zu bedienen haben. Die Consultants von WINTERHELLER software und seiner Partner leisten dabei die notwendige technische und betriebswirtschaftliche Unterstützung.

Die Nutzung der vorhandenen Infrastruktur ermöglicht den Aufbau eines leistungsfähigen und gleichzeitig kostengünstigen Planungs-, Konsolidierungs-, Berichts- und Analysesystems. Durch die enge Zusammenarbeit von Microsoft und WINTERHELLER software ist sichergestellt, dass die Infrastruktur solcher strategischer Systeme perfekt zu den langfristigen IT-Strategien der Unternehmen passt. Etwas, das besonders deren CIOs erfreuen dürfte.

WINTERHELLER

www.winterheller.at

PROMOTION

SAP mit Enterprise Performance Management

Business Objects, ein Unternehmen der SAP, stellte kürzlich neue Versionen seiner Enterprise Performance Management (EPM)-Lösungen vor, die Unternehmen eine bessere Steuerung und Flexibilität im Finanzbereich sowie dem operativen Geschäft eröffnen sollen.

Darüber hinaus erweitert Business Objects sein EPM-Portfolio um eine neue Lösung für die Ausgabenanalyse. Sie integriert Datendienste und Technologien von Analytics Inc., einem Unternehmen, das SAP kürzlich übernommen hat. So können nicht nur SAP-Kunden, sondern auch andere Anwenderunternehmen die Steuerung der Unternehmensleistung über den Finanzbereich hinaus auf den gesamten Geschäftsbetrieb ausdehnen, Unternehmensdaten besser nutzen sowie die Gesamtbetriebskosten senken. Gleichzeitig wurden die EPM-Anwendungen von Business Objects mit den SAP-Lösungen für Governance, Risk and Compliance (GRC) integriert.

Die jetzt vorgestellten Erweiterungen für die EPM-Lösungen entsprechen den Aussagen zur Produktstrategie, die SAP und Business Objects bereits vor der Übernahme von Business Objects durch SAP gemacht haben. Neben neuen Funktionen wurde das EPM-Portfolio außerdem enger mit der Business-Intelligence-Plattform von Business Objects sowie der SAP NetWeaver-Plattform integriert.

EPM, GRC und BI werden verknüpft

Unternehmenssteuerung, Governance, Risk and Compliance und Business Intelligence waren bisher traditionell unterschiedliche Disziplinen. Doch die Kombination aus EPM, GRC und BI bietet einen umfassenden Einblick in einheitliche Informationen, eine fundierte Basis für gemeinsame Entscheidungsprozesse sowie eine bessere Steuerung der gesamten Organisation und der finanziellen Konsolidierung. Gleichzeitig ist die Kombination von GRC und EPM entscheidend, um potenzielle Risiken für die Geschäftstrategie frühzeitig zu erkennen.

„Mit einer EPM-Lösung, die über Finanzaspekte hinausgeht, Unternehmenssteuerung sowie GRC einbezieht, können Unternehmen ihre Geschäfte effizienter und unter Einhaltung gesetzlicher Auflagen führen“, kommentiert Kathleen Wilhide, Research Director für Compliance und Performance Management bei IDC. „Durch die Verknüpfung von Risiko- und Strategiemanagement können Anwender ihre Aufgaben im Rahmen der Unternehmensstrategie planen, umsetzen und dabei potenzielle Risiken berücksichtigen. Das umfassende EPM-Angebot von Business Objects in Verbindung mit GRC und BI liefert Firmen die Basis für effiziente und weitreichende Strategien zur Unternehmenssteuerung. Die neue EPM-Version zeigt, dass SAP auch weiterhin an ihrer Produktstrategie festhält und wie versprochen liefert.“

SAP Spend Analytics

Diese neue EPM-Lösung bietet Informationen und Einsicht in den Einkauf, mit deren Hilfe Anwender bessere Beschaffungsstrategien und ein gezieltes Einkaufsverhalten entwickeln können. Sie sammelt, aggregiert und analysiert automatisch Beschaffungsdaten aus allen Firmensystemen - auch von Drittanbietern. Neben SAP Spend Analytics umfasst das gemeinsame Produktportfolio die Anwendungen SAP Strategy Management, BusinessObjects Profitability and Cost Management, BusinessObjects Financial Consolidation sowie SAP Business Planning and Consolidation.

Mit dem neuen EPM-Portfolio kann die Steuerung der Unternehmensleistung über den Finanzbereich hinaus auf den gesamten Geschäftsbetrieb ausgedehnt werden.

Mit SAP Strategy Management können Geschäftsstrategien definiert sowie in Ziele für alle Unternehmensebenen übertragen werden, sodass Mitarbeiter ihren Beitrag zum Geschäftserfolg leisten können. Die neue Version ist mit der Anwendung SAP GRC Risk Management verknüpft und bietet kombinierten Prozess für die Definition ihrer Geschäftsstrategie, in dem Risikofaktoren sowie Finanzrisiken bewertet und Grundsätze der Unternehmensführung berücksichtigt werden.

BusinessObjects Profitability and Cost Management eröffnet Möglichkeiten für ein besseres Finanzmanagement durch detaillierte Einblicke in kostentreibende Faktoren sowie ihre Auswirkung auf die Rentabilität.

www.businessobjects.de
www.sap.at

the soft[flex]ware
ALL... ...IN... ...ONE - FÜR IHR UNTERNEHMEN
GM+ globemanager plus
www.globemanagerplus.net

Predictive Analytics: Mehr als ein Blick in die Kristallkugel

Das Geschäft steht und fällt mit den Kunden: Damit sich ein Unternehmen auf dem heutigen Markt durchsetzen kann, muss es vor allem den wachsenden Ansprüchen seiner Klienten gerecht werden.

Stefan B. Weixelbam

Viele Unternehmen haben dies bereits erkannt und versuchen, ihren Service zu verbessern, indem sie historische Daten auswerten. Mit dieser Methode wird jedoch nur die bestehende Situation analysiert. Um eine langfristige Kundenbindung zu erzielen, reicht dies nicht mehr aus - hier sind vorausschauende Analyse-Techniken gefragt.

Kunden erwarten von ihrem Unternehmen, egal aus welcher Branche, maßgeschneiderte Angebote und individuellen Service. Um zukünftige Vorlieben oder das Verhalten von Kunden besser vorhersagen zu können, muss bei der Analyse in die Zukunft geblickt werden. Software-Lösungen wie Predictive Analytics von SPSS sind so ausgereift, dass sie schon lange über den legendären Blick in die Kristallkugel hinausgehen. Mit der heutigen Technik können umfassende Prognosen erstellt werden, die in Kundenprofile einfließen und Einblicke in die künftigen Bedürfnisse potenzieller und bestehender Kunden liefern. So können beispielsweise Kundengruppen mit besonderen Merkmalen, wie „abwanderungsgefährdet", „unprofitabel" oder „besonders profitabel" gebildet werden, um sie gezielt zu beraten oder im Callcenter direkt zu spezialisierten Mitarbeitern zu leiten.

Beim direkten Kundenkontakt hilft eine Echtzeit-Analyse, um spontan und individuell beraten zu können. Mit den vorausschauenden Lösungen werden Daten im Moment des Entstehens ausgewertet. Die Ergebnisse werden umgehend in das bestehende System eingebunden, und das Kundenprofil ist sofort auf dem aktuellen Stand.

Bei einem praktischen Einsatz in einem Callcenter beispielsweise analysiert die von SPSS dafür optimierte Lösung „Predictive-CallCenter" jeden ankommenden Anruf und kombiniert diese Informationen in Echtzeit mit historischen Daten und Transaktions-Daten aus anderen Bereichen. Im Anschluss ermöglicht die Anwendung die Analyse potenzieller Cross-Selling- und Kundenbindungsangebote. Schließlich kommen Prognosemodelle sowie Regeln zum Einsatz, die auf branchenspezifischem Know-how basieren.

„Um eine langfristige Kundenbindung zu erzielen, sind vorausschauende Analyse-Techniken gefragt." - **Stefan B. Weixelbam**, SPSS Sales Manager Österreich

Durch die vorausschauende Analyse kann automatisch ein Angebotsvorschlag für den Agenten erstellt werden, der nicht nur für das Unternehmen den größtmöglichen Gewinn verspricht, sondern auch vom Kunden mit höchster Wahrscheinlichkeit angenommen wird. Diese Option erhält der Callcenter-Agent während des Kundengesprächs auf den Desktop sowie zusätzlich eine passende Verkaufsstrategie.

www.spss.com/de

CRM-Komplettlösung auf Open-Source-Basis

Rasche Projektumsetzung beim Schweizer SAP-Dienstleister TSFI AG auf Basis von SugarCRM.

Kinamu ist einer der wenigen Gold-Partner von SugarCRM im deutschsprachigen Raum. In einer internen Evaluation der TSFI AG konnte sich Kinamu gegen die CRM-Marktführer Salesforce und SAP durchsetzen.

„Ausschlaggebend für unsere Wahl war die Kombination aus einem gehosteten System, das sich gleichzeitig flexibel an unsere Bedürfnisse anpassen lässt und zudem einfach zu bedienen ist", erläutert Otto Winkler, Senior Vice President EMEA bei TSFI. „Die rasche Implementierung ohne initiale Projektkosten war ein weiterer wesentlicher Faktor für uns."

Bei TSFI sorgt die webbasierte CRM-Lösung heute sowohl am Hauptsitz im schweizerischen Appenzell als auch an den Niederlassungen in Deutschland und auf den Philippinen für eine gemeinsame, zentrale Datenbasis, auf der Vertrieb und Produktmanagement internationale Kunden effizient betreuen.

SugarCRM unterstützt dabei nicht nur das reine Kontaktmanagement, sondern garantiert international durchgängige Prozesse in der Kundenbetreuung - vom ersten Interessentenkontakt und Kundengewinn über Opportunity Management und Sales Monitoring bis hin zu der Vertragsverwaltung und der kontinuierlichen Bearbeitung der Wartungsaufgaben. Zehn Mitarbeiter weltweit arbeiten bei TSFI heute mit der Kinamu-CRM-Lösung, das gesamte Management greift zudem auf die umfassenden Reports zurück. „Schon nach kurzer Zeit ist der Nutzen der Lösung absolut erkennbar", so Winkler. „Alle involvierten Mitarbeiter verfügen jetzt über konsistentes Datenmaterial, sodass Vertriebs- und Forecasting-Prozesse wesentlich effizienter ablaufen."

„Unser CRM-Projekt bei TSFI hat gezeigt, dass Open-Source-Lösungen auch für mittelständische Unternehmen eine Erfolg versprechende und vor allem kostengünstige Alternative zu klassischen Business-Anwendungen sein können." - Dr. **Christian Knoll**, CEO der Kinamu Business Solutions AG.

Im Zuge der weiteren internationalen Expansion von TSFI wird die SugarCRM-Lösung von Kinamu zukünftig auch in der TSFI-Niederlassung in den USA und an weiteren Standorten in Asien zum Einsatz kommen.

www.kinamu.com

firmenmonitor.at
Ein Service der Wiener Zeitung

++ Kunden- und Lieferantenmonitoring: Geschäftsführerwechsel + Konkurse +
Kapitalaufstockung + Insolvenzen + Firmenneugründung + Adressänderung +

Kommunikative wissen mehr!

firmenmonitor.at

Kostenlose Testaccounts und sämtliche Informationen unter www.firmenmonitor.at
oder unter der Service-Hotline (01) 206 99 – 600

+ E-Mail-Verständigung bei allen Änderungen + Tagesaktuell + Zuverlässig +
Maßgeschneiderte Suchaufträge + nur 14 Euro* im Monat (* exkl. MwSt., Basis Fair Use)

Einsatz von CRM-Systemen in österreichischen Unternehmen

Customer Relationship Management (CRM) umfasst ein breites Feld an Themengebieten und zielt auf die ganzheitliche Ausrichtung aller Prozesse auf den Kunden ab. In einer Studie der Fachhochschule Wiener Neustadt wurde der Einsatz von CRM-Systemen bei Österreichs Unternehmen untersucht.

Michael Torggler

Bild:stock.xchng

In den letzten Jahren hat sich der Aufgabenbereich von CRM zwar stark vergrößert, und die betroffenen Prozesse werden zunehmend komplexer, aber durch die Entwicklungen im Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologie wurde die Umsetzung und Unterstützung von CRM-Aktivitäten auch wesentlich erleichtert.

CRM-Systeme können heute als die technologische Komponente („technologische Enabler") eines ganzheitlichen CRM-Ansatzes gesehen werden. Sie bilden die Grundlage für die informations- und kommunikationstechnologische Zusammenführung der unterschiedlichen CRM-Prozesse (Prozesse im Marketing, Vertrieb und Service) und stellen entsprechende Tools zur Verfügung, um profitable Kundenbeziehungen aufbauen und festigen zu können.

Der Markt für CRM-Systeme ist genauso vielschichtig, wie der eigentliche Begriff selbst. Alleine am deutschsprachigen Softwaremarkt lassen sich über 100 verschiedene CRM-Systeme identifizieren. Aufgrund der Vielzahl an Anwendungsgebieten sind viele Standardsoftwareprodukte auf bestimmte CRM-Teilbereiche/-Funktionen (z. B. CAS-Systeme oder Callcenter-Lösungen) oder Branchen spezialisiert - aber auch integrierte Gesamtlösungen sind am Softwaremarkt vertreten.

Wie sieht konkret der Einsatz von CRM-Systemen in Österreich aus? Welche Funktionalitäten werden im täglichen Geschäft mehr oder weniger eingesetzt und was sollte man bei der Implementierung eines CRM-Systems unbedingt beachten?

An der Fachhochschule Wiener Neustadt wird seit einigen Jahren die Entwicklung am Markt für CRM-Systeme beobachtet - die jüngste Studie zur Nutzung von CRM-Systemen und zukünftigen Aspekten von CRM-Software in österreichischen Unternehmen gibt einen Überblick über die derzeit angebotenen Funktionalitäten von CRM-Software und deren Nutzung in den Top-500-Unternehmen Österreichs sowie zukünftigen Entwicklungsfaktoren und Einsatzgebiete.

Bedeutung von CRM wächst, aber Technologie steht weiterhin im Vordergrund

Unternehmen erkennen zunehmend die Bedeutung von CRM im täglichen Geschäft, und es besteht meist bereits ein Grundverständnis, was CRM ist und welche Konzepte dahinterstehen. Bei der Umsetzung von CRM-Projekten werden jedoch in vielen Fällen immer noch nur technologische Aspekte berücksichtigt, was zum Scheitern der Projekte führen kann, da Informationssysteme „nur" Werkzeuge im Rahmen einer ganzheitlichen CRM-Strategie darstellen.

Darüber hinaus sind vor allem auch strategische und prozessorientierte Aspekte entscheidend für den Erfolg eines derart weitreichenden Projektvorhabens. Auch gestaltet sich die Auswahl und Einführung der „richtigen" CRM-Software für Unternehmen aufgrund der steigenden Komplexität der Prozesse und des steigenden Funktionsumfangs von CRM-Systemen zunehmend schwieriger. Nicht alle Funktionalitäten, die derzeit durch CRM-Software zur Verfügung gestellt werden, sind in der Praxis für jedes Unternehmen geeignet und können daher in vielen Fällen auch nur partiell oder mit hohem Anpassungsaufwand eingesetzt werden.

Mag. (FH) **Michael Torggler** ist wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Fachhochschule Wiener Neustadt, Fachbereich Business IT-Tools. Die Fachhochschule Wiener Neustadt wurde 1994 gegründet. Gegenwärtig absolvieren rund 2.500 Studierende dort bzw. an den Standorten in Wieselburg und Tulln ein Bachelor- bzw. Masterstudium. Studierende aus 50 Nationen absolvieren derzeit ihr Studium am Campus Wiener Neustadt.

Mehr als die Hälfte der Unternehmen haben bereits CRM-Systeme im Einsatz

Rund 40% der befragten Unternehmen haben derzeit noch kein CRM-System im Einsatz. Vor allem in den Branchen „Industrie" und „Verkehr/Transport" sind derartige Informationssysteme noch nicht weit verbreitet. Im Gegensatz dazu geben neun von zehn Befragten der Branche „Informationstechnologie" an, ein CRM-System zu verwenden.
Begründet wird das bisherige Ausbleiben einer Systemimplementierung mit fehlenden Ressourcen oder nicht vorhandenem Bedarf im Unternehmen, aber auch zu komplexen Anforderungen. Negative Erfahrungen im Rahmen von CRM-Projekten sind nur selten der Grund dafür, dass noch kein CRM-System eingeführt wurde.

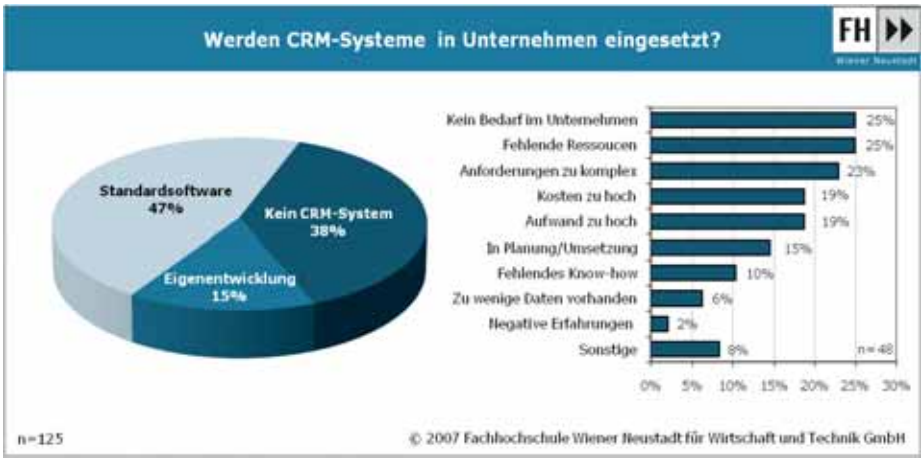
Wenn CRM-Systeme zum Einsatz kommen, wird am häufigsten auf Standardsoftware zurückgegriffen. Am österreichischen Markt sind diesbezüglich alle großen Softwarehäuser mit ihren CRM-Lösungen ver-

treten. Bei Eigenentwicklungen lässt sich ein Branchenschwerpunkt in den Branchen „Handel" und „Kredit- und Versicherungswesen" erkennen. Generell zeigt sich somit hinsichtlich des Einsatzes von Informationssystemen zur Unterstützung der CRM-Aktivitäten für Österreich ein positives Bild, wobei sich im Branchenvergleich unterschiedliche Durchdringungsgrade feststellen lassen.

Kontaktmanagement wird am häufigsten genutzt

Die mit Abstand am häufigsten genannten Funktionalitäten, die im täglichen Geschäft genutzt werden, lassen sich dem Kontaktmanagement (z. B. Kunden-, Adress- und Terminverwaltung) zuordnen. Andere Bereiche des kollaborativen CRMs, wie Customer Interaction Center oder eCRM-Lösungen werden allerdings nur in wenigen Unternehmen genutzt. Ähnlich verhält es sich im Bereich des analytischen CRMs, wo Vertriebsanalysen und Werkzeuge zur Vertriebsüberwachung von zwei Drittel der Unternehmen eingesetzt werden, jedoch Marketinganalysen oder Serviceanalysen einen weitaus geringeren Verbreitungsgrad aufweisen.

Funktionalitäten zur Unterstützung des operativen CRMs werden generell am häufigsten eingesetzt. Hier lässt sich ebenfalls eine Verteilung zu Gunsten der Unterstützung des Vertriebs (z. B. Außendienstunterstützung, Auftrags- und Angebotsmanagement) erkennen. Von mehr als der Hälfte der befragten Unternehmen werden CRM-Systeme auch für die Marketingunterstützung (z. B. Kampagnendurchführung) eingesetzt. Funktionalitäten aus dem Service-Bereich (z. B. Helpdesk-Anwendungen) scheinen in den befragten Unternehmen von eher untergeordneter Bedeutung zu sein und werden dementsprechend weniger häufig eingesetzt.



Eine saubere Definition der Ziele ist der Schlüssel zum Projekterfolg

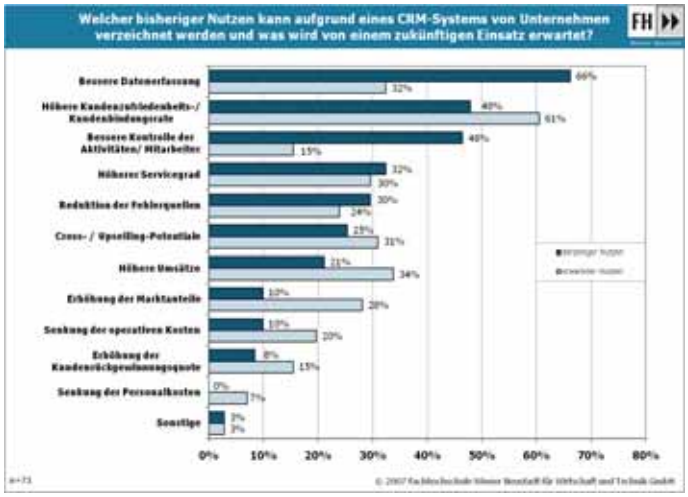
Die Studie ergab, dass der wichtigste Faktor für eine erfolgreiche Einführung von CRM-Systemen die genaue Definition der Ziele und die damit verbundenen Vorgaben für das Projekt sind. Als besonders wichtig stellte sich des Weiteren die frühzeitige Einbindung der Mitarbeiter in den Einführungsprozess bzw. in die Projektdurchführung und eine strukturierte Planung und Umsetzung des Einführungsprojektes heraus. Im Schnitt wird die Einbindung der Mitarbeiter höher bewertet, als die Einbindung des Managements. Dem gegenüber werden relativ selten Mitarbeiterschulungen am CRM-System als wichtige Erfolgsfaktoren für die Einführung von CRM-Systemen gesehen.

Generell kann gesagt werden, dass im Rahmen von CRM-Projekten häufig eine stark prozess- und technologiebezogene Sichtweise auf das Projekt vorherrscht. Die Anpassung der Unternehmensphilosophie wird daher im Vergleich selten als kritischer Erfolgsfaktor erachtet. Die Inanspruchnahme von externen Beratern wird von fast allen befragten Unternehmen als für den Erfolg nicht maßgeblich gewertet.

CRM bringt zufriedene Kunden

Durch den Einsatz eines CRM-Systems konnte in den Unternehmen vor allem ein Nutzen hinsichtlich einer besseren Da-

WWW.KSECTION.COM
k.section®
SUSTAINABLE CRM SERVICES
MICROSOFT DYNAMICS CRM & ORACLE | SIEBEL CRM +43 1 894 01 51 . CRM@KSECTION.COM



tenerfassung, einer höheren Kundenzufriedenheits- und Kundenbindungsrate sowie einer besseren Kontrolle der Aktivitäten und Mitarbeiter erreicht werden. Aber auch ein höherer Servicegrad und eine Reduktion von Fehlerquellen wurde von ca. einem Drittel der befragten Unternehmen festgestellt.

Die Personalkosten konnten bisher in keinem der untersuchten Unternehmen durch den Einsatz von CRM-Software gesenkt werden. Auch die Kundenrückgewinnungsrate wurde bei weniger als 10% der Unternehmen erhöht. Bei einem Vergleich mit dem in Zukunft erwarteten Nutzen kann festgestellt werden, dass vor allem die Erhöhung der Kundenzufriedenheits- und Kundenbindungsrate im Vordergrund steht. Es werden durch den Einsatz von CRM-Systemen auch höhere Marktanteilen und steigende Umsätze erhofft.

Was bringt die Zukunft für CRM in Österreich?

Für die zukünftigen Entwicklungen im Bereich Customer Relationship Management zeichnen sich für den österreichischen Markt zwei große Treiber ab. Zum einen beeinflusst die allgemeine Wettbewerbssituation auf den Märkten sowohl die Unternehmen als auch die Kunden, und zum anderen hängen damit auch die Erwartungshaltungen der Kunden zusammen, die im Laufe der Zeit einem ständigen Wandel unterlegen sind. Aus diesem Grund wird auch der Personalisierung von Produkten und Leistungen von den befragten Unternehmen große Bedeutung beigemessen.

Die Studie ergab, dass die Transparenz auf den Märkten als Treiber für die Zukunft erachtet wird. Vor allem in Kombination mit der zunehmenden Globalisierung und den damit verbundenen komplexen betriebswirtschaftlichen Entscheidungen auf strategischer und operativer Ebene, könnte die Markttransparenz und die damit verbundene Wettbewerbssituation zu einem Umdenken bzw. zu einer verstärkten Kundenausrichtung in vielen international tätigen Unternehmen führen. Als eher unwichtig für die zukünftigen Entwicklungen von CRM werden neben der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung, die Standardisierung von Hard- und Software und die Ausbildung von CRM-Spezialisten eingestuft.

Fazit und Ausblick

Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass CRM-Systeme bereits in vielen Unternehmen am österreichischen Markt eingesetzt werden. Abhängig von der Unternehmensgröße bestehen jedoch noch große Potenziale, die in der Zukunft den Markt für CRM-Software weiter beleben können. Vor allem in klein- und mittelständischen Unternehmen scheinen CRM-Systeme bislang noch nicht weit verbreitet zu sein. Gründe dafür könnten in der hohen Komplexität der Systeme und den damit verbundenen Prozessen sowie in mangelnden Ressourcen für CRM-Aktivitäten liegen.

Bezogen auf die Anwendungsgebiete von CRM-Software kann ein Schwerpunkt im Einsatz auf den operativen Komponenten erkannt werden. In allen Bereichen steht jedoch immer die Unterstützung der Verkaufsprozesse im Vordergrund. Die größten Potenziale für die Zukunft bestehen im analytischen Bereich, wo rund zwei Drittel der befragten Unternehmen weiterführende Aktivitäten planen. Überraschenderweise scheinen die Funktionalitäten im Bereich Service nur von wenigen Unternehmen genutzt zu werden, obwohl die Wichtigkeit des After Sales Supports immer wieder betont wird.

Auch werden Funktionalitäten im Internet und zur Automatisierung von Prozessen (z. B. interaktive Verkaufssysteme, automatisches Kampagnenmanagement) nur selten eingesetzt. Generell zeigt die Studie, dass in den meisten Unternehmen nur ein beschränkter Anteil der Softwarefunktionalitäten im täglichen Geschäft genutzt wird, obwohl umfangreiche CRM-Systeme zur Unterstützung der CRM-Aktivitäten implementiert wurden.

Für die Zukunft zeichnet sich diesbezüglich jedoch ein positives Bild ab. Unternehmen scheinen zunehmend die Schwächen von rein technologiegetriebenen Projekten bzw. die Wichtigkeit von ganzheitlichen CRM-Strategien zu erkennen und planen vermehrt die Vernetzung von Unternehmensstrategien und Prozessen mit Informationssystemen im Zuge einer unternehmensweiten Ausrichtung der Aktivitäten auf den Kunden. ❑

Die Studie **„Einsatz von CRM-Systemen 2007"** können Sie direkt an der Fachhochschule Wiener Neustadt bestellen:
www.fhwn.ac.at/crm
ISBN-13:978-3-9502195-4-8
(95 Seiten, Preis: 49 Euro inkl. USt)

Die Plattform entscheidet

Nach der Vorstellung von Microsoft Dynamics CRM 4.0 Anfang des Jahres und der finalen Version des SQL Servers 2008 im August sind die Erwartungen für die Verbreitung der CRM- und BI-Lösungen des Herstellers groß.

Rüdiger Maier

Überblick über die BI-/CRM-Plattform von Microsoft Dynamics

„Durch den Umstieg auf den SQL Server 2008 eröffnen sich für unsere CRM- und BI-Lösungen ganz neue Möglichkeiten", sind sich Elisabeth Unger-Krenthaller, Dynamics-CRM-Produktmanagerin, und Martin Zimmermann, Product Manager Application Platform und BI-Spezialist, im MONITOR-Interview einig. Der CRM-Markt wachse weiter stark, es herrsche derzeit allerdings durch viele Übernahmen eine große Dynamik.

„Da wir schon vor einigen Jahren in das BI-/CRM-Geschäft eingestiegen sind, haben wir nun bereits einen Erfahrungsvorsprung, den wir an unsere Kunden weitergeben", so Unger-Krenthaller. Interessant sei auch,

> **„Die Übernahme des kalifornischen Anbieters von Data Warehouse Appliances DATAllegro ist ein kühner Schritt von Microsoft in das Highend für massiv-parallele Data Warehouse Appliances." Aus: Gartner Fokus Kurzanalyse, 30. Juli 2008**

dass gehostete Lösungen (Software as a Service, SaaS) noch schneller wachsen und bereits 14% ausmachen. „Dieses Angebot machen wir nur über Partner, etwa die Telekom Austria." Daneben sei auch der mobile Zugang zu CRM-Daten ein großer Wunsch der Kunden: „Wir haben derzeit ca. 25 Partner im CRM-Bereich, suchen aber nach weiteren", so die CRM-Expertin.

Auch Großkunden adressiert

Mit der Version Dynamics 4.0 adressiere man nun auch Großkunden bis 5.000 User, erste Projekte seien in Entwicklung. Partner und Kunden können CRM-Prozessabläufe auf Basis der „Windows Workflow Foundation" weiterentwickeln, die Erstellung von anwendungsübergreifenden Workflow-Lösungen auf Basis der Microsoft-Plattform wird vereinfacht. So können Unternehmen ihre Arbeitsprozesse definieren, automatisieren und verwalten lassen. Die Integration von weiteren Produkten wie System Center, Unified Communication Server und SharePoint verbreitert die Möglichkeiten zusätzlich.

„Da wir mit einer BI-/CRM-Plattform auftreten können, ist es für Partner und Kunden besonders interessant, sich durch Ausbildungsprogramme und Schulungen auf unser Angebot zu spezialisieren", unterstreicht Zimmermann den Vorteil der umfassenden Plattform (siehe Diagramm). Oft würden Projekte mit dem Wunsch starten, Daten zu bereinigen und verschiedenen Datenbanken durch eine Lösung zu ersetzen.

„In unserem SQL Server werden durch die sogenannten Integration Services Daten bereinigt und die Daten in einer Basis gesammelt. Mit diesen Überlegungen fällt meist auch die Entscheidung für eine Plattform, die eine sicher Basis für die Zukunft darstellt", so Zimmermann. Durch die umfangreichen Analysen im Vorfeld und die Wünsche nach immer komplexeren Abfragen sei die Consulting-Komponente bei den Partnern stark ausgeprägt: „Auf Lizenzen entfallen nur 15-20%, den großen Rest machen Beratungsleistungen aus, die unsere Partner beim Kunden erbringen!"

www.microsoft.at

„Durch den Umstieg auf den SQL Server 2008 eröffnen sich für unsere CRM- und BI-Lösungen ganz neue Möglichkeiten", sind sich **Elisabeth Unger-Krenthaller**, Microsoft Dynamics CRM-Produktmanagerin, und **Martin Zimmermann**, Product Manager Application Platform und BI-Spezialist, einig.

SQL Server 2008

Die finale Version von Microsoft SQL Server 2008, der neuen Datenmanagementplattform für geschäftskritische Anwendungen, steht nun zur Verfügung. Zu den neuen Funktionen gehören zum Beispiel richtlinienbasiertes Management, Datenauditing sowie neue Spatialdatentypen für standortbezogene Anwendungen. Basis für die BI-Plattform sind die optimierten Reporting und Analysis-Services des SQL Servers 2008 mit hoher Abfragegeschwindigkeit bei großen Tabellen und Data-Warehouse-Szenarien.

www.microsoft.com/sqlserver

„KMU suchen professionelle Unterstützung“

Bei der ACP-Gruppe steht das Jahr 2008 ganz im Zeichen von Business-Software. Edmund Haberbusch, Geschäftsleitung Produktmanagement & Services der ACP-Gruppe, erläutert im MONITOR-Interview das neue Angebot rund um ERP und CRM.

Dominik Troger

Die ACP-Gruppe hat dieses Frühjahr ihr Angebot neu geordnet und ihre Lösungskompetenz im ERP- und CRM-Umfeld weiter ausgebaut. Als langjähriger Microsoft Dynamics NAV-Partner geht man jetzt auch mit Dynamics AX ins Rennen. Außerdem hat man mit dem Zukauf der Linzer Cubido das Microsoft-Standbein innerhalb der Firmengruppe stark ausgebaut. Cubido, Microsoft-Gold-Partner, versorgt ACP nicht nur mit einem Team von Fachkräften, die im boomenden Markt von Microsoft-Business-Lösungen zunehmend rarer werden, sondern gilt auch als Spezialist für Business Intelligence.

„Wir haben seit dem 1. Quartal 2008 Microsoft Dynamics AX ins Programm genommen“, erläutert Edmund Haberbusch. Man sei mit NAV in der Vergangenheit sehr gut gefahren und betreue hier derzeit rund 200 Kunden, viele mit Branchenlösungen. Von AX verspreche man sich eine Ausweitung des Kundenkreises ins Enterpriseumfeld hinein, wobei man auch die starke Infrastrukturkompetenz der ACP nutzen wolle. Zudem werde die Wahlmöglichkeit für bestehende Kunden dadurch erweitert.

Mit dem zusätzlichen Fokus auf CRM und ganz neu den Business-Intelligence-Produkten von Microsoft sei man, so Haberbusch, inzwischen „größter Microsoft-Integrator unter den österreichischen Systemhäusern“ und könne alle wichtigen Systeme auf der Microsoft-Plattform verbinden. Haberbusch: „Das ermöglicht ein nahtloses Arbeiten und die durchgängige Unterstützung aller Geschäftsprozesse im Unternehmen. ERP, CRM, ECM und SharePoint Services bilden dann eine Systemeinheit aus einem Guss.“

ACP, immer schon stark regional aufgestellt, vertiefe zudem die regionale Ausrichtung bei Business-Lösungen und habe speziell für das ERP- und CRM-Angebot die Anzahl an Lösungszentren aufgestockt. „Bisher bestehen solche Lösungszentren in Wien, Wiener Neustadt, Graz und Feldbach. Jetzt kommen noch Linz und Innsbruck dazu“, freut sich Haberbusch. Diese lokale Verankerung ist für ihn ein wichtiger Wettbewerbsvorteil und Erfolgsfaktor.

Braucht jedes Unternehmen CRM?

Microsoft hat mit seiner Lösung Customer Relationship Management auch für kleinere Unternehmen interessant gemacht und den Markt deutlich angekurbelt. Geht es nach dem ACP-Spezialisten, sollte man aber bei einer CRM-Einführung nichts überstürzen. „ERP braucht jedes Unternehmen“, so Haberbusch, aber CRM sei eine strategische Entscheidung.

Während ERP alle Unternehmensbereiche betreffe, wäre CRM vor allem ein Vertriebsinformations- und Marketingwerkzeug. Ein Blick auf die CRM-Referenzliste von ACP zeigt, dass eine ganze Reihe von Projekten im Bereich zehn bis 30 User angesiedelt ist. CRM unterstützt dort neben der „klassischen“ Kontaktverwaltung beispielsweise die Planung und Durchführung von Marketingaktivitäten und das Vertriebscontrolling.

„70-90% der CRM-Funktionalität bezieht sich auf Aufgaben, die im Vorfeld eines ERP-Einsatzes gelöst werden müssen, wie Leadgenerierung, Vertriebsunterstützung etc.“, so Haberbusch, „und das ist meist nur für eine begrenzte Anzahl von Mitabeitern ein Thema.“ Allerdings werde mit immer kürzeren Zeitfenstern für diese Tätigkeiten auch der Druck auf kleinere und mittlere Betriebe immer größer, bereits im Vorfeld der Auftragsgenerierung für eine optimale Unterstützung des Vertriebs und Marketings zu sorgen. Microsoft Dynamics CRM biete hier durch die Outlook-Integration große Vorteile bei der Bedienung und zeichne sich durch kurze Einführungszeiten aus.

Zuerst analysieren, dann entscheiden

Überhaupt, so Haberbusch, würden Entscheidungen für eine bestimmte Business Software oft zu schnell gefällt. Zuerst gelte es, entsprechende Informationen einzuholen und den Bedarf zu analysieren. „Was will ich abbilden, und wo möchte ich in zwei Jahren sein?“, diese Fragestellungen sollte man nicht vernachlässigen. Erfahrungsgemäß sei vor allem bei kleineren Unternehmen die strategische Komponente nur schwach ausgeprägt. Doch um eine passende Lösung zu finden, müsse man zuerst einmal die eigenen Bedürfnisse und Erwartungen analysieren.

Eine gute Variante sei auch, ein Pilotprojekt durchzuführen und es mit einer umfassenden Bestandsaufnahme zu begleiten. Prinzipiell gebe es keine „schlechten Lösungen“ mehr am Markt - es gelte nur die „richtige“ zu finden, so Haberbusch. Die Zeit, die es für eine sinnvolle Entscheidungsfindung braucht, müsse man sich aber nehmen.

„Früher kaufte man einzelne Komponenten, heute lösen sich die Grenzen zwischen Kauf, Miete, Lizenz und Services auf.“ - **Edmund Haberbusch**, Geschäftsleitung Produktmanagement & Services der ACP Gruppe

Business-Software „as a Service“

ACP hat in der ersten Jahreshälfte das gesamte Produktportfolio in vier große Bereiche gegliedert, die den gesamten IT-Zyklus abdecken. Das Angebot wurde zu Managed Services gruppiert und soll in Form von Komplettpaketen den IT-Bedürfnissen der Unternehmen entgegen kommen.

„Früher kaufte man einzelne Komponenten“, so Edmund Haberbusch, „heute lösen sich die Grenzen zwischen Kauf, Miete, Lizenz und Services auf. Der Kunde bezieht seinen IT-Bedarf als Managed Service zu einem Fixpreis.“ Auch Business-Softwarelösungen werden in dieses Konzept einbezogen - ein Angebot, dass gerade Österreichs KMU stark entgegen komme. Haberbusch: „Kleinere und mittlere Unternehmen, die oft nur über sehr begrenzte Mitarbeiterressourcen im IT-Umfeld verfügen, suchen vor allem Funktionalität und eine professionelle Unterstützung. Diese können wir jetzt in allen IT-spezifischen Fragen österreichweit anbieten.“

www.acp.at

CRM-Software-Upgrade - Fluch oder Segen?

Die Marketingmaschinerie der CRM-Software-Hersteller stellt ihre aktuelle Software als die Lösung aller Probleme dar. Die „Damit wird alles besser"-Mentalität hat aber nur begrenzt ihre Berechtigung. Upgrades ohne fundierten Businesscase machen egal unter welchem Blickwinkel betrachtet keinen Sinn.

Mark S. Kaslatter

Denn Unternehmen, die einen Upgrade aus dem Stegreif starten, werden im Laufe des Projektes von Kosten, Zeitplänen oder technischen Fallen eingeholt. Ein seriöser Businesscase bildet das Rückgrat eines jeden Upgrades und muss unter den Gesichtspunkten der fachlichen Rechtfertigung, der finanziellen Implikation sowie dem Commitment aller CRM-Stakeholder betrachtet werden. Nur so führt ein CRM-Software-Upgrade zum gewünschten Erfolg!

Fachliche Rechtfertigung des Upgrades

Funktionale Erweiterung: Erweiterungen in der neuen Version, wie beispielsweise eine Exchangeintegration oder eine erweiterte Serienbrieffunktionalität, können die Produktivität oder aktuelle Applikationsprobleme lösen und eine sinnvolle Rechtfertigung für das Upgrade sein.
Applikationsalter: Abhängig von der Einsatzdauer der aktuellen im Unternehmen betriebenen Version kann es oder kann es nicht sinnvoll sein, ein Upgrade durchzuführen. Wenn die Anwender erst kurze Zeit mit dem CRM-System arbeiten, würde man sie durch ein Upgrade eher überfordern als unterstützen und die nötige Akzeptanz verlieren.
Versionsreife: Die verfügbare Upgrade-Version sollte auch durch das Unternehmen selbst genügend getestet werden. Es könnte z. B. aufgrund von unternehmensspezifischen CRM-Erweiterungen sinnvoll sein, eine nächst höhere Version abzuwarten und erst dann mit dem Upgrade zu starten.
Bereitschaft Business: Das Upgrade muss organisatorisch in den Zeitplan des Unternehmens passen. So ist es sehr hilfreich das Upgrade mit Meilensteinen des Unternehmes, wie z. B. dem Anfang eines Quartals oder dem Anfang eines neuen Geschäftsjahres, abzuschließen. Denn dann kann das Unternehmen das Upgrade und damit auch die neuen Funktionalitäten auch gleich sinnvoll einsetzen, wie etwa im Bereich Forecasting.

Finanzielle Implikationen des CRM-Upgrades

Kostenstruktur: Ein Großteil der CRM-Kunden schließen laufende Software-Support-Verträge mit dem jeweiligen Hersteller ab wodurch eine kostenlose Verwendung der neuen Version gewährleistet ist.

Aus diesem Grund setzen sich die eigentlichen Kosten für das Upgrade hauptsächlich aus den Kosten der externen Implementierungspartner und der internen Ressourcen zusammen. Deren Aufwand hängt wiederum sehr stark von den Anpassungen des CRM-Systems und der CRM-Integration zu Drittsystemen ab.

DI **Mark S. Kaslatter**, MBA, Managing Director k.section business solutions gmbh. bietet Beratung rund um CRM - von der ersten Idee bis zur Einführung der Systeme und zum Support.

Hardwarearchitektur: Im Zuge des Upgrades sollte ein Unternehmen auch die aktuelle Hardwarearchitektur hinterfragen, um mögliche Verbesserungen oder Voraussetzungen in Verbindung mit dem Upgrade rechtzeitig zu erkennen und deren Kosten zu kalkulieren. Auch die eingesetzte Client Hardware muss vor dem Upgrade untersucht werden, um nachträgliche Überraschungen schon im Vorfeld zu unterbinden.

Commitment aller CRM Stakeholder

Sowohl das Management als auch die Keyuser und die IT sind Teilhaber am Erfolg oder Misserfolges eines Upgrades. Sie müssen dem Upgrade gleichermaßen zustimmen und die Risiken und die Nutzen erkennen und verstehen.
Keyuser: Das Upgrade muss für diese Anwendergruppe einen Nutzen im Sinne der Arbeitserleichterung oder der Effizienzsteigerung schaffen. Durch technische Neuheiten lässt sich diese Anwendergruppe meist nicht beeindrucken.
Management: Das Management wird den Kosten-Nutzenfaktor im Entscheidungsprozess sehr stark einfließen lassen. Nur ein gut vorbereiteter Businesscase wird dieser Prüfung standhalten.
IT: Aus Sicht der IT bringt das Upgrade meist Erleichterungen im Systembetrieb oder einen Fortschritt in der Technologie. Es können aber auch Konsolidierungen über die CRM-Applikationsgrenze hinaus durch das Upgrade stattfinden.

Unter Berücksichtigung dieser Punkte und einem kompetenten Implementierungspartner können Upgrades fundiert gerechtfertigt bzw. umgesetzt werden, und somit kann aus dem Upgradefluch ein Upgradesegen werden. Ich wünsche Ihnen viel Erfolg!

www.ksection.com

„Wir müssen jeden Tag jeden Stein umdrehen“

Bei der letzten Umstrukturierung der hausinternen IT entstand im April 2006 die Raiffeisen Software Solution als Schwesterunternehmen der Raiffeisen Informatik. Wir sprachen mit Wilhelm Doupnik, 41, als Sprecher der Geschäftsführung seit Oktober 2006 mit an Bord, über die derzeitigen Aktivitäten, Pläne, Ziele und Erwartungen.

Christine Wahlmüller

„Ich nenne nur zwei Schlagwörter für Technologieführerschaft: Open Source und Collaboration. Aber auch Themen wie der vernünftige Aufbau von Datawarehouses spielt eine wichtige Rolle.“ -

Wilhelm Doupnik, Sprecher der Geschäftsführung, Raiffeisen Software Solution (Foto: Raiffeisen Software Solution)

Sie sind erst vor knapp zwei Jahren zu Raiffeisen gestoßen, wie war Ihr Zugang bzw. Ihre Tätigkeit zuvor?

Ich hatte die letzten zehn Jahre von außen sehr viel für den Raiffeisen-Sektor gemacht. Nach meinem Betriebswirtschaftsstudium habe ich bei der Schöllerbank im Fondsbereich begonnen, die in der Folge von der Hypovereinsbank übernommen wurde. Danach habe ich bei IBM den Verkauf und Projekte für Bankenlösungen betreut.

Von IBM bin ich zur Unternehmensberatung zu Ernst & Young gewechselt und habe dort die Übernahme durch Capgemini miterlebt. Anfang 2003 bekam ich die Möglichkeit die Geschäftsführung von Mummert Consulting zu übernehmen. Dort habe ich dann meine dritte Fusion erlebt. Um Ihre Frage zu beantworten: Ich habe immer an der Schnittstelle Projekte, Banken, Prozesse und IT gearbeitet. Da wird uns in den nächsten fünf bis zehn Jahren noch einiges bevorstehen, in Richtung Veränderung der Branche.

Was waren denn die Hintergründe zur Neustrukturierung und Gründung der Raiffeisen Software Solution vor zwei Jahren?

Man wollte eine klarere Trennung zwischen Rechenzentrumsbetrieb (RIT) und dem Projektgeschäft. So kam es dazu, dass das Projektgeschäft, die Software-Entwicklung und das Prozess-Know-how von RO+e und RACON auf die Raiffeisen Solution (RSO) übertragen wurden.

Eigentümer der RSO und gleichzeitig Kunden sind die Raiffeisen-Landesbanken Wien/NÖ, Burgenland, Steiermark und Vorarlberg sowie die RZB. Für die machen wir 95% unseres Geschäfts. Die restlichen 5% verteilen sich auf Tätigkeiten für andere Raiffeisen-Töchter sowie am Drittmarkt. Am prominentesten ist sicher das Maut-Projekt mit der Asfinag, gemeinsam mit der RIT. Wir haben unsere Stabilisierungsphase vor einem halben Jahr abgeschlossen und überlegen jetzt, was wir tun müssen, um für die nächsten fünf bis zehn Jahren ein guter, verlässlicher Partner für unsere Kunden zu bleiben.

Was sind denn im Moment die größten Herausforderungen im IT Sektor im Bankenbereich?

Im Kern bearbeiten wir für unsere Kunden drei große Themenbereiche. Erstens den Markt d.h. wie bleiben unsere Kunden am Markt weiterhin erfolgreich? Ein Beispiel: Wir sind gerade im Rollout einer neuen Vertriebslösung namens KOLUMBUS, die wir entwickelt haben. Zweitens: Verbesserung der Abwicklung bei unseren Kunden, zum Beispiel Kreditabwicklung neu.

Da geht es um Standardisierung von Prozessen und die Optimierung von Abwicklung. Denn in einer Kreditabwicklung kann man sich heute am Markt nicht differenzieren. Es geht daher darum, die Arbeit unserer Kunden zu optimieren und zu beschleunigen. Und der dritte Punkt sind regulatorische Pflichtübungen, wie z. B. Meldewesen neu. Insgesamt geht es um Kostenoptimierung, wir müssen jeden Tag jeden Stein umdrehen, um unsere Kostenstrukturen transparent zu halten und zu verbessern.

Wir agieren auch in Osteuropa mit Joint Ventures mit der Uniqua. Als Lösungshaus können wir kein Innovator per se sein, aber wir wollen ein Technologieführer, ein Vorreiter sein.

Wie wollen Sie das schaffen?

Ich nenne nur zwei Schlagwörter für Technologieführerschaft: Open Source und Collaboration. Aber auch Themen wie der vernünftige Aufbau von Datawarehouses spielt eine wichtige Rolle. Wir sind gerade in intensiven Überlegungen, was wir rund um Warehousing in den nächsten Jahren tun. Da wird es sicher Ende des Jahres neue Erkenntnisse geben.

Können Sie mir kurz Zahlen und Fakten zum Unternehmen und Ihre Ziele für 2008 sagen?

Wir haben 2007 einen Umsatz von 45 Mio. Euro erzielt und haben zurzeit rund 270 Mitarbeiter. An diesen Faktoren wird sich auch 2008 wenig ändern. Wir haben zwei Standorte, in Wien und Leoben sowie zwei Joint Ventures in Ungarn und Rumänien.

Wie sehen denn typische Projekte aus und was planen Sie für die Zukunft?

Wir haben einen dominierenden Bankkunden. Wir sind daher von unserer Strategie Gesamt-Lösungsanbieter im Bankenbereich. Wir machen da alle relevanten Projekte von der Unterstützung bei der Prozessoptimierung bis hin zur Implementierung jeder Software, die eine Bank braucht. Außerdem wollen wir uns außerhalb unserer Eigentümer, die ja unsere Hauptkunden sind, etablieren und andere Raiffeisen-Töchter sowie die Raiffeisen

International in Osteuropa angehen. Und wir beginnen jetzt, große Industriekunden in Österreich zu bearbeiten.

Wir haben schon ein kleines erstes Projekt mit der ÖBB gestartet, da geht es um die Bewertung von Applikationen nach Function Points.

2008 steht klar unter dem Schwerpunkt Qualitätsoffensive. Es geht um Vertrauensaufbau, wir haben erstmals auch Kundenbefragungen gemacht. Punkt zwei: Wir wollen intern in den Prozessen besser werden.

Mit wie vielen externen Kunden rechnen Sie denn bis Jahresende?

Wir haben heuer ein Raiffeisen-Sales-Programm und ein Drittkunden-Sales-Programm erstellt. Für zweiteres haben wir uns bewusst marginalste Ziele vorgenommen. Das wirkliche Ziel ist es, das heuer lebbar zu machen. Und nächstes Jahr werden wir dann planen. Mittelfristiges Ziel ist es, bis 10% des Erlös daraus zu generieren.

Wie schafft es die Raiffeisen Software-Solution, technologisch up to date zu bleiben?

Der zentrale Punkt ist es: Wie können wir insbesondere für kleinere Raiffeisenbanken Komplexität reduzieren?

Wir müssen uns technologisch damit beschäftigen, in unserer Architektur die Dinge vernünftig zu bündeln und zu verzahnen. Und gleichzeitig darauf achten, ob unsere großen Sparten adäquat sind.

Das ist unser Tagesgeschäft, auf unser Applikations-Portolio zu schauen und zu erkennen: Wo sind wir im Lebenszyklus und wo müssen wir Veränderungen vornehmen? Es geht auch um eine Verbesserung der Schnittstelle Bankmensch und Software-Entwickler.

Dazu haben wir Fachgremien gebildet, wo unsere Führungskräfte mit den Führungskräften der Banken Projekte planen und gemeinsam entwickeln. Es bleibt immer noch der inhaltlichen Spagat bei vielen Projekten zwischen einer kleinen Raiffeisenbank und dem Spitzeninstitut RZB.

Wie funktioniert die Zusammenarbeit mit den weiter entfernten Kunden in den Bundesländern?

Die Kollegen aus Vorarlberg und der Steiermark sind zur Vorarbeit sehr oft in Wien.

Der Rollout, wie z. B. jetzt bei KOLUMBUS, ist dann Landesbank-Aufgabe. Unsere Unterstützung und die Reisekosten sind damit limitiert.

Wird die Komplexität der IT noch zunehmen? Wie stehen Sie dazu?

Es geht darum, wirklich auf den Bedarf zu schauen. Das heißt, wir müssen beim Kunden anfangen. Und dann lassen wir unseren Forscher- und Innovationstrieb dort aus, wo er relevant ist.

www.r-solution.at

Raiffeisen CENTROBANK: Nachvollziehbare Mitarbeitergeschäfte durch ITdesign

Die Raiffeisen Centrobank AG (RCB) ist eine führende österreichische Investmentbank, die das gesamte Spektrum der Dienstleistungen und Produkte rund um Aktien, strukturierte Finanzprodukte und Eigenkapitaltransaktionen abdeckt. Die RCB ist nicht nur einer der größten Wertpapierhändler an der Wiener Börse, sondern auch Mitglied an zahlreichen internationalen Börsen.

Die RCB und ihre Mitarbeiter unterliegen den gesetzlichen Regelungen im Wertpapieraufsichtsgesetz (WAG). §18 WAG regelt das Thema „Mitarbeitergeschäfte" und besagt u. a., dass alle Prozesse zur Genehmigung von Mitarbeitergeschäften nachvollziehbar sein müssen.

Um diese Nachvollziehbarkeit transparent zu machen, entschied sich die RCB für eine automatisierte Workflowlösung, in der die Benachrichtigungsprozesse ins bestehende Intranet-Portal und in die bestehende Collaboration- und Produktivitätssoftware GroupWise integriert werden. Es galt Workflows wie Interessenskonfliktserklärung, Informationsmeldung, Meldung eines Wertpapiergeschäfts zur Pre-Clearance an den Compliance Officer und Meldung/Sperre umzusetzen.

„Für uns war bereits von Beginn an klar, dass eine Integration in das bestehende Intranet-Portal wünschenswert ist. Damit können die Mitarbeiter der RCB über die ihnen bereits bestens bekannte Web-Oberfläche Anträge stellen und verwalten", so DI Nastaran Mashayekh, Projektleiterin der RCB. „Weiters war auch ein Zugriff über Mobile Access notwendig, um rasch agieren zu können und die Nachvollziehbarkeit der Genehmigung sicherzustellen."

Start mit Prozessbeschreibung

Am Beginn des Projekts stand ein organisatorisches Konzept inklusive Prozessbeschreibung des Sollzustands. Anhand der Vorgaben wurden gemeinsam mit den Consultants von ITdesign die Anforderungen analysiert und alle notwendigen Prozessabläufe dokumentiert. Im Konkreten hieß das: alle Prozesse finden, erfassen und im Detail ausarbeiten. Mit diesem Detailkonzept ging es dann an die technische Umsetzung der Prozesse.

„Die Kernkomponenten der Lösung - vor allem die Workflow Engine und das Portal - sind im Identity Manager 3.5.1. verfügbar", erklärt Ronald Münzker, Technischer Koordinator von ITdesign. „Wir entschlossen uns für eine iterative Entwicklungsvorgangsweise. Unterstützt durch das Open-Source-Bug-Trackingsystem Bugzilla konnten wir überschaubare Funktionspakete in kurzer Zeit entwickeln, die Fehler beheben und zum Testbetrieb freigeben."

Datenbank erfasst Compliance Informationen

Um den Mitarbeiter einen aktuellen Zustand der Genehmigungen zur Verfügung zu stellen, wie etwa welche Depots wurden schon gemeldet oder auch welche Depots sie generell haben, schrieben die Consultants von ITdesign eine Datenbanklösung, die auf die bestehende MySQL-Datenbank aufbaut und in der alle Compliance-Informationen eingetragen werden. Die Datenbank läuft - ebenso wie das Portal - in einem Novell Open Enterprise Server 2 Cluster.

Dem Compliance Office steht mit dem Open-Source-Produkt JasperServer 2.1.0 eine leistungsfähige Reportingengine zur Auswertung der Compliance-Daten zur Verfügung. In diese Lösung wurden speziell Auswertungsmöglichkeiten implementiert, wie etwa aktuelle und auch historische Sperren, aktuelle und historische Pre-Clearance-Meldungen, Depotlisten je Mitarbeiter und diverse Prüfreports (Soll/Ist-Auswertungen, Pre-Clearence).

„Durch die Kombination von prozess- und IT-technischem Know-how hat uns das Team von ITdesign bestens unterstützt." - DI **Günter Völker**, IT- und Organisationsleiter bei der RCB

Nach Umsetzung der Lösung begann die Integration in die bestehende Infrastruktur wie die Einbindung in die bestehende Service-Monitoring-Lösung WATCH IT, die Anpassung der Notfallspläne und die Einbindung in den von ITdesign durchgeführten Healthcheck für einen reibungslosen und lückenlos überwachten Dauerbetrieb.

„Durch die Kombination von prozess- und IT-technischem Know-how hat uns das Team von ITdesign bestens unterstützt. Wie bereits in vorangegangenen Projekten hat ITdesign auch hier wieder als verlässlicher und kompetenter Partner agiert", resümiert DI Günter Völker, IT- und Organisationsleiter der RCB zufrieden.

www.itdesign.at

Jetzt mehrsprachig: Erweiterte Softwarelösung für Finanzdienstleister

Das Abwicklungs- und Informationsmanagement-Instrument für Finanzdienstleister, Fundmanager.Pro, ist nach einer englischen jetzt auch in einer kroatischen Version verfügbar.

Als erster Kunde hat sich das Bankhaus Krentschker für die multilinguale Fundmanager.Pro-Lösung entschieden, um zukünftig die Wertpapiergeschäfte am Standort Zagreb/Kroatien mit Hilfe der Allfinanzlösung abzuwickeln.

„Mit Ende das Jahres 2007 haben wir die englischsprachige Version von Fundmanager.Pro umgesetzt. Nun wurde die Übersetzung in die kroatische Sprache vollzogen. Demnächst wird auch eine ungarische Ausgabe verfügbar sein. Damit verstärken wir den internationalen Fokus, vor allem in Richtung CEE-Staaten", beschreibt Christian Pohl, Geschäftsführer der Pohl & Partner Consulting GmbH, die Hintergründe der neuen Produktstrategie. Pohl & Partner Consulting bietet sein Komplettpaket inklusive eines integrierten Dokumentenmanagements und eines Compliance-Tools an.

Mit den Allfinanzsystemen Fundmanager.Pro und financial-1 gilt das Unternehmen als wichtige Adresse für Finanzvertriebe, Maklerpools, Kapitalanlagegesellschaften und Banken.

Fundmanager.Pro ist ein Abwicklungs- und Informationsmanagement-Instrument für Finanzdienstleister. Es umfasst zum einen das zentrale Kontakt- und Produktmanagement, ein strukturiertes Provisionsabwicklungssystem sowie eine skalierbare Benutzer- und Dokumentenverwaltung.

„Wir verstärken den internationalen Fokus, vor allem in Richtung CEE-Staaten." - **Christian Pohl**, Geschäftsführer der Pohl & Partner Consulting GmbH

Zum anderen beinhaltet es neben einem Reportingsystem auch umfassende Schnittstellen und zahlreiche Internet- und Mobile Solutions.

Komplett integriert sind zudem das scanview-Dokumentenmanagement sowie die digitale Signatur von xyzmo als Compliance-Lösung. Damit ist es möglich, den Dokumenten-Workflow vollelektronisch abzuwickeln und zu vereinfachen.

www.ppcon.net

S&T erweitert Geschäft mit Versicherern

IT-Berater und -Dienstleister S&T hat mit FirstApex, einem der global führenden Anbieter von IT-Lösungen für die Versicherungsbranche, eine strategische Partnerschaft für den zentral- und osteuropäischen Raum gestartet.

S&T und FirstApex bieten ab sofort in 16 Staaten Beratung und IT-Lösungen für die gesamte Versicherungs-Wertschöpfungskette an. Mit der neuen Partnerschaft will S&T das Geschäft mit Versicherungsunternehmen weiter verstärken.

Während die Versicherungsmärkte in Westeuropa eher stagnieren, geht das starke Wachstum der Branche im zentral- und osteuropäischen Raum, auch trotz Finanzmarktkrise, nach wie vor ungebremst weiter. Die bislang niedrigen Versicherungsdurchdringungsraten steigen kontinuierlich, da der größer werdende Wohlstand und die intensivere Spartätigkeit der Bevölkerung zu einer hohen Nachfrage nach Versicherungsprodukten führen. Damit einher geht der steigende Bedarf der Versicherungsunternehmen an länderspezifischen IT-Lösungen.

„Wir bieten nun neben SAP auch die Lösungen von FirstApex an und komplettieren so unser Portfolio." - **Christian Rosner**, CEO S&T

S&T erwirtschaftete 2007 mehr als 20% seines Umsatzes mit Kunden aus der Finanzdienstleistungsbranche.

www.snt-world.com

Lösung zur Prävention von Identitätsdiebstahl

EMC hat eine neue Lösung angekündigt, die Finanzdienstleistungsunternehmen vor Indentitätsdiebstahl schützen soll.

Vor dem Hintergrund der Ende letzten Jahres in Kraft getretenen FACTA-Red-Flags-Richtlinien kombiniert das EMC-Angebot Beratungsleistungen von EMC Global Services und Sicherheitslösungen zur Identitätsverifizierung von RSA. Die neue Richtlinie der US Federal Trade Commission (FTC) soll die Berichterstattung über geplante Maßnahmen der Unternehmen zur Prävention von Identitätsdiebstahl und Betrug gegenüber dem Vorstand vereinfachen und transparenter machen.

EMC Global Services hat zu diesem Zweck einen Prozess entwickelt, der Anwendern dabei helfen soll, zeitgerecht die neuen Richtlinien zu implementieren. Dazu gehören neben einer Risikobewertung (Risk Assessment) und der Anpassung aktueller Geschäftsprozesse an die FACTA Policies auch die Beratung hinsichtlich zukünftiger Reporting-Anforderungen, die Anwendung der neuen Red-Flags-Detection-Software zur Automatisierung von Geschäftsanforderungen über diverse Kundenkanäle, das Reporting zur Prävention von Identitätsdiebstahl sowie die Qualitätssicherung. Strategien zur Corporate Governance können mit der neuen Lösung vorangetrieben werden, sodass auch künftige Regulierungsvorschriften erfüllt werden können. www.emc2.at

„Sicheres mobiles Banking mit Smartcard Technologie“

Dieser Artikel zeigt die aktuelle Lösung der Commerzbank für den mobilen und sicheren Zahlungsverkehr für Firmenkunden auf Basis von KOBIL mIDentity und SECCOS-Smartcards, ohne dass dazu Software oder Treiber auf dem PC installiert werden müssen. Die zugrunde liegende Technologie wird aufgezeigt, und es werden Erfahrungen im täglichen Umgang mit dieser Technologie wiedergegeben.

Ismet Koyun, CEO und Gründer
der KOBIL Systems GmbH

Sichere, mobile Bankanwendungen über ihr Firmenkundenportal ermöglicht die Commerzbank mit der Technologie „mIDentity Zero Footprint for Smart Card Applications“. Bild: Kobil Systems

Bankgeschäfte online zu erledigen, ist heutzutage besonders für Firmenkunden mit mehreren Bankverbindungen nicht gerade einfach: jede Bank hat eigene Zugangswege und Software Applikationen für den Online Zugriff und es gibt die unterschiedlichsten Zugriffsregelungen und Autorisierungsverfahren. Zudem ist der Zugang meist an einen lokalen Rechner gebunden, weil dort spezielle Clientsoftware und - falls eine hohe Sicherheit gefordert ist - auch ein Chipkartenleser installiert werden müssen.

Gerade dieser dezentrale Client/Server Ansatz mit komplexen technischen und administrativen Anforderungen an die Umgebung bringt hohe Kosten für Installation und Support bei den Endkunden mit sich. Diese Last müssen die Banken tragen, obwohl es eigentlich nichts mit deren Kerngeschäft - dem Finanzwesen - zu tun hat. Und auch der Firmenkunde einer Bank möchte sich eigentlich nicht mit technischen Details und Software-Support beschäftigen, sondern effizient seine Finanz-Transaktionen mit seinen Hausbanken tätigen.

Auch die Sicherheit wird für Online Bankgeschäfte immer wichtiger. Durch immer ausgefeiltere Phishing- und Trojaner-Angriffe sind die PIN/TAN basierten Ansätze nicht mehr auf dem Stand der Zeit. Abhilfe bringt hier der Einsatz von Chipkarten, die jedoch eine aufwändige Kartenleser-Installation oder einen unkomfortablen Challenge/Response Offline Leser erfordern.

Um dieser Situation zu begegnen, hat die Commerzbank im Juni 2007 das neue „Company World“ Portal für Firmenkunden gestartet. In dieser Web-basierten Anwendung setzt die Commerzbank als erste Bank weltweit den offenen EBICS (Electronic Banking Internet Communication Standard) Standard ein. Dadurch können Geschäftskunden über das Portal der Commerzbank hindurch auch andere Bankverbindungen pflegen und den Zahlungsverkehr abwickeln. Auch der Upload von großen Zahlungsverkehrsdateien ist hier problemlos möglich. In Deutschland ist EBICS seit dem 1. Januar 2008 obligatorisch für die deutschen Banken. EBICS nutzt moderne Technologien wie XML und HTTPS und benötigt für die Autorisierung von Transaktionen eine kryptographische Signatur nach dem sogenannten A004-Standard. Durch die Funktion der Mehrfach-Unterschrift können geographisch und organisatorisch verteilte Autorisierungen für eine Transaktion eingeholt werden (A- und B-Unterschrift). So kann z. B. die Buchhaltung eine Zahlungsanweisung in das Portal einstellen, die dann von einem Bevollmächtigten der Firma gegengezeichnet wird.

Die „Zero Footprint for Smartcard Applications“-Technologie

Für den Zugriff auf das Firmenkundenportal setzt die Commerzbank auf die KOBIL mIDentity Plattform. Das handliche Gerät im USB-Format mit Chipkartenlesegerät und Flash-Speicher für mobile Anwendungen kann auf jedem Windows-, Linux- und MacOS Rechner genutzt werden, ohne dass dafür extra Software oder Treiber installiert werden müssen. Auch Administrator-Rechte werden nicht benötigt, so dass sogar der Betrieb unter Windows Vista ohne lästige Rückfragen der User Access Control (UAC) möglich ist.

Beim Einstecken des KOBIL mIDentity Device wird dieses vom lokalen PC als CD-ROM Laufwerk erkannt, in dem ein kom-

plett vorkonfigurierter Firefox Browser inklusive Java Runtime Environment (JRE) abgelegt ist. Von diesem CD-ROM Laufwerk aus wird der Browser beim Einstecken per Autorun Mechanismus gestartet. Die eingelegte Smartcard im SIM Format trägt die digitale Identität des Benutzers und wird benutzt, um die digitale A004-Unterschrift für die Transaktionen zu erzeugen. Diese Chipkarte ist mit dem SECCOS Betriebssystem ausgestattet und mit einer SIM Stanzung versehen, so dass der Endbenutzer diese ganz einfach herausbrechen und in den mIDentity einlegen kann - genauso wie bei seinem Mobiltelefon (siehe Abbildung 1).

Mit Hilfe der „Zero Footprint for Smartcard Applications"-Technologie erfolgt der Zugriff auf die Smartcard aus dem mitgeführten Browser heraus, ohne dass dafür ein spezieller Treiber auf dem lokalen PC installiert werden muss und ohne dass dafür Administrator-Privilegien notwendig sind (siehe Abbildung 2).

Abbildung 1: Commerzbank SIM Karte

Sicherheit

Dadurch, dass der Zugriff auf das CD-ROM Gerät als „nur-lesend" (read-only) ausgelegt ist, kann der Endanwender weder vorsätzlich noch versehentlich die mitgelieferte Software verändern, und auch Viren und Trojaner haben keine Chance, die Integrität der Software zu manipulieren. Auch für den Support ist es von enormem Vorteil, dass jeder Benutzer des Portals die identische Software-Infrastruktur (Browser- und Java Version) benutzt. Dennoch muss die Software im CD-ROM Bereich von Zeit zu Zeit aktualisiert werden. Dazu wird ein sicherer Online Update Mechanismus bereitgestellt, über den neue Softwarestände eingespielt werden können. Dabei prüft das KOBIL mIDentity Gerät selbst die kryptographische Signatur über das Update, so dass nur integritätsgeschützte Inhalte eingespielt werden können. Somit kann die Lösung auch in streng abgeriegelten Umgebungen eingesetzt werden. Selbst beim Einsatz von USB Port Blockern, die den Zugriff auf USB Speichergeräte verhindern sollen, kann mIDentity bedenkenlos (ggf. sogar auf Seriennummer-Ebene) freigeschaltet werden, denn durch die „read-only" Eigenschaft und das integritätsgeschützte Update kann der Endbenutzer weder Daten aus der Firma hinausschmuggeln noch Viren einschleppen.

Abbildung 2: Screenshot CompanyWorld Portal

Das CompanyWorld Portal der Commerzbank ist bereits seit Frühjahr 2007 erfolgreich im operativen Betrieb. Es wurden durchweg positive Erfahrungen im Zusammenspiel mit der mIDentity Plattform gesammelt, so blieb die Anzahl der Supportanfragen unter den Erwartungen und konzentrierte sich hauptsächlich auf spezielle Proxy Konstellationen bei den Kunden.

„Die Kobil-Technologie erlaubt unseren Kunden ein flexibleres Arbeiten, weil sie jederzeit mobil und sicher Banktransaktionen durchführen können", erklärt Christian Rhino, Head of Trade Finance & Transaction Services der Commerzbank. „Ob zu Hause, im Büro oder unterwegs - der gesicherte Zugang schützt den Anwender auch vor Trojaner-Attacken und sonstigen Angriffen aus dem Internet", so Rhino zur von der Commerzbank eingesetzten KOBIL-Technologie, die mit mIDentity erneut Maßstäbe beim Thema Sicherheit gesetzt hat.

www.kobil.com

Global vernetzt

Siemens IT Solutions and Services bietet Dienstleistungen vom Consulting über die Systemintegration bis zum Management von IT-Infrastrukturen. In einer Serie wird MONITOR die vielfältigen Aufgabenbereiche von Siemens IT Solutions and Services näher beleuchten. Für den ersten Teil sprachen wir mit dem Leiter der Business Unit „Manufacturing Industry/Service Industry", Alois Süssenbacher, MBA, über die Herausforderungen in seinem Bereich.

Rüdiger Maier

Alois Süssenbacher, MBA, leitet die Business Unit „Manufacturing Industry/Service Industry" der Siemens IT Solutions and Services.

„Nach der weltweiten Umstellung der Siemens-Unternehmensstruktur, bei der das operative Geschäft in die drei Sektoren Industry, Energy und Healthcare gegliedert wurde, erhielt der Bereich IT Solutions and Services einen übergreifenden Charakter, da er für alle drei Sektoren mit seinen Leistungen zur Verfügung steht", skizziert Süssenbacher die Konzernstruktur.

Der Anfang des Vorjahres formierte Siemens-Bereich IT Solutions and Services erwirtschaftet weltweit mit ca. 43.000 Mitarbeitern rund 5,4 Mrd. Euro Umsatz, etwa 70% davon werden außerhalb des Konzerns erzielt. Schon heute ist mehr als die Hälfte des Siemens-Umsatzes softwaregetrieben, ähnlich ist die Entwicklung bei IT-Services. Der Bereich bietet branchenspezifische IT-Lösungen und Outsourcing und unterstützt andere Konzern-Bereiche mit Software- und IT-Expertise.

CEE-Cluster neu definiert

Stolz ist Süssenbacher auch auf die breite Operationsbasis im CEE-Bereich: „Es ist für uns sehr spannend, die oft rasanten Entwicklungen im CEE-Bereich mit unseren Leistungen begleiten zu dürfen!" Der bislang die Länder Österreich, Slowakei, Slowenien, Kroatien, Bosnien-Herzegowina, Serbien, Montenegro, Kosovo, Rumänien und Bulgarien umfassende Wirtschaftsraum wurde nämlich als Cluster CEE neu definiert und umfasst nun zusätzlich die Ukraine, Ungarn, Tschechien, Moldawien, Georgien, Armenien und Aserbaidschan. Die Vorstandsvorsitzende von Siemens Österreich, Mag. Brigitte Ederer, hat zusätzlich die Funktion des Cluster-CEOs im Wirtschaftsraum Zentral- und Osteuropa (CEE) übernommen. „Wien hat geografisch zur Betreuung dieses Raumes eine ausgezeichnete Lage, auch die geschichtliche Verbundenheit verschafft uns eine gute Ausgangsbasis zum weiteren Ausbau der Beziehungen und Geschäfte", so Süssenbacher.

Um die auch hier geforderten schnellen Antworten auf Kundenanfragen gewährleisten zu können, werde im CEE-Cluster stark investiert: „Wir bauen in den Ländern unsere eigenen Organisationen aus und arbeiten natürlich auch stark mit lokalen Partnern zusammen." Neben der Betreuung des Heimmarktes Österreich - weiterhin mit Abstand der stärkste Umsatzbringer - habe der Ausbau des Geschäfts in den CEE-Cluster-Ländern höchste Priorität. „Ich stehe in ständigem Austausch mit den Verantwortlichen in den Ländern, meine Reisetätigkeit ist dementsprechend intensiv. Das Finden der richtigen Personen für die verschiedenen Führungsaufgaben ist natürlich im CEE-Raum genauso wichtig wie hier in Österreich", weiß der Business-Unit-Verantwortliche.

Ein wichtiges Erfolgsprinzip für die Betreuung multinationaler Kunden gerade auch in diesem Bereich sei es, parallel zur Kundenstruktur auch eine eigene Betreuungsstruktur im Konzern aufzubauen. „Die Unterschiede in den Ländern sind oft gerade im gesetzlichen Bereich erheblich, sodass wir in allen Ländern einen Ansprechpartner sowohl auf Kundenseite wie auch bei uns festlegen. Hier profitieren wir von unserer breiten Präsenz und können Kunden sehr persönliche und kompetente Betreuung garantieren", unterstreicht Süssenbacher.

Innovation wird gefördert

Auch in manchen CEE-Ländern hätten sich in der Vergangenheit bereits spezifische Kompetenzen aufgebaut, die es nun für den ganzen Raum zu nutzen gelte: „In Tschechien verfügen wir über eine hervorragende Kompetenz bei der Server-Virtualisierung, die wir weiter stärken und für alle Länder nutzen wollen. Wir sprechen ähnlich wie bei Produkten auch von einem „Service Product Lifecycle Management", damit unsere Serviceangebote laufend durch Innovation verbessert werden." So werde gewachsenes Know-how ganz gezielt durch sogenannte Innovationspartnerschaften mit Kunden verstärkt.

Unterstützt wird dieses Vorhaben durch die Neuausrichtung der Innovationen bei Siemens Österreich. Waren diese bisher sehr stark auf den Telekom-Sektor konzentriert, so sollen in Hinkunft in allen Geschäftsbereichen Innovationsprojekte initiiert und realisiert werden. Von den IT-Services über den Energiesektor und den Industrie- und Verkehrsbereich bis zu den Medical Solutions. Die F&E-Ausgaben von Siemens CEE sollen mittelfristig auf dem hohen Niveau gehalten werden, also sich in einer Größenordnung von zumindest 750 Mio. Euro bewegen. In den nächsten fünf Jahren strebt Siemens Österreich zumindest bei drei zusätzlichen Themen Headquarter-Kompetenzen in CEE an. Bisher wurden Kompetenzzentren für Biometrie und für die Entwicklung satellitengestützter Mautsysteme in Österreich eingerichtet.

Kompetenz für SAP

Eine wichtige Innovation soll sich in Zukunft auch aus der Verbindung von ERP-Systemen mit den Fabrik-Steuerungssystemen ergeben: „Mit dem Ziel der intelligenten Fabrik vor Augen arbeiten wir intensiv an einer Verbindung von ERP-Systemen mit den Systemen in der Fertigung. Wenn man schon von Business Intelligence spricht, so wäre es natürlich ideal, nicht nur Daten aus

Siemens Rechenzentrum: Durch die wachsende Komplexität der IT-Systeme steigt der Bedarf für die Auslagerung von IT-Prozessen

den betriebswirtschaftlichen Systemen aufbereiten zu können, sondern gleichzeitig auch die Daten aus der Produktion", blickt Süssenbacher in die Zukunft. Neben dem für Siemens ja schon traditionellen Wissen über die Produktion (auch aus den ca. 450 eigenen Produktionsstätten weltweit) habe man sich in den letzten Jahren dafür verstärkt Know-how im Bereich SAP angeeignet. „SAP ist heute eine Kernkompetenz von uns, die wir gezielt weiter ausbauen wollen!"

Kürzlich wurde etwa gemeinsam mit Fujitsu Siemens Computers für das Bundesrechenzentrum (BRZ) im Projekt „SAP Infra 2010" eine neue SAP-IT-Infrastruktur umgesetzt. Projektbestandteil war neben der Konfiguration, Dimensionierung und Lieferung einer passenden IT-Infrastruktur in voll integriertem und betriebsbereitem Zustand auf Hardware- und Systemsoftwareebene auch die Migration der SAP-Anwendersysteme. „Um das Wissen aus den Systemen einer breiteren Nutzerschicht zugänglich machen zu können, ist die Einfachheit der Benutzerschnittstelle besonders wichtig. Darüber hinaus muss der Zugriff auf Daten auch mobil möglich sein, da Manager heute viel unterwegs sind", weiß Süssenbacher. Selbst eigene Anwendungspakete für den Kauf/Verkauf von Unternehmen und die damit verbundene Vernetzung von ERP-Systemen wurden entwickelt: „Wir wissen auch aus eigener Erfahrung, wie schwierig die Zusammenführung bzw. Entkoppelung verschiedener IT-Systeme sein kann!"

Outsorcing von IT-Leistungen

Beim Outsourcing von IT-Leistungen sei man laut Süssenbacher Nummer eins in Österreich: „Wir verfügen in Österreich über drei Rechenzentren sowie mehrere IT-Betriebsstätten und bauen derzeit etwa in Temesvar für den Nearshoring-Ansatz ein Rechenzentrum auf." Hier können Kunden ganze IT-Systeme auslagern, aber auch nur bestimmte Dienstleistungen (Outtasking) in Anspruch nehmen. „Lässt etwa jemand sein SAP-System bei uns laufen, so braucht er sich um die Release-Wechsel oder Wartungsfenster nicht mehr zu kümmern und kann in Ruhe mit dem System arbeiten." Oft werde dann auch ein „First Level Support" eingerichtet, der wiederum für den eigenen KVP-Prozess (Kontinuierlicher Verbesserungs-Prozess) genutzt werde: „Wir führen jährlich in einer Stichprobe der Nutzer eine spezielle Abfrage durch, die uns hilft, unsere Dienstleistungen laufend zu verbessern und an die sich ändernden Wünsche der Nutzer anzupassen", erklärt der Business-Unit-Leiter.

Auch in den CEE-Ländern sehe man durch die wachsende Komplexität der IT-Systeme vermehrten Bedarf für die Auslagerung von IT-Prozessen: „Während dieses Geschäft in Österreich bereits recht gut entwickelt ist, beginnt es in den CEE-Ländern langsam zu wachsen. Für die Zukunft ist hier natürlich einiges zu erwarten." Grundsätzlich gehe es in diesem Bereich um Effizienz und Qualität, gekoppelt mit einem marktkonformen Preis. „Wenn die Partnerschaft passt, dann ist eine langfristige Zusammenarbeit möglich und sinnvoll. Wichtig ist dafür die Offenheit für neue gemeinsame Wege, denn die hier entstehenden Beziehungen gehen weit über die klassische Kunden-Lieferanten-Beziehung hinaus", analysiert Süssenbacher.

www.siemens.at/it-solutions

Siemens IT Solutions and Services hat folgende Geschäftsschwerpunkte

- Erstens entwickelt sich das bestehende Outsourcing- und IT-Lösungsgeschäft mit externen Kunden weiter, das insgesamt rund 70% des Bereichsumsatzes ausmacht.
- Der IT-Bereich von Siemens ergänzt die Angebotspalette der anderen Konzern-Bereiche mit spezifischem IT-Know-how: Durch die Zusammenführung von Branchen-, Software-, und IT-Lösungsexpertise entstehen aus einer Hand neue Lösungen, mit denen die Siemens-Produkte und -systeme besser in die Geschäftsprozesse und IT-Landschaften der Kunden integriert werden können.
- Siemens IT Solutions and Services kümmert sich drittens um den weltweiten Betrieb der Siemens-IT und entwickelt viertens Software für die Produkte und Systeme anderer Siemens-Bereiche.

Der Bereich besitzt gute Voraussetzungen: Kein anderer IT-Provider ist so eng mit einem globalen Industriekonzern verbunden, profitiert von dessen Kundenzugang und dem exzellenten Branchen-Know-how seiner Bereiche.

Er besitzt eine gute internationale Aufstellung und verfügt durch die Integration der PSE-Standorte in Osteuropa und Asien und der SISL in Indien über eine signifikante Präsenz an Standorten mit niedrigerem Lohnniveau.

Mit Services von HP zum „Maßanzug“

Ein Thema prägt zunehmend die Agenden der IT-Verantwortlichen: effizientes IT-Management, das genau auf die eigenen Unternehmensbedürfnisse passt und Flexibilität ermöglicht. Mit maßgeschneiderten Services macht HP die Rechenzentren der österreichischen Unternehmen deshalb fit für den Geschäftserfolg von heute und morgen.

Kosten, Effizienz, Wachstum - jeder Unternehmensbereich kreist um diese tragenden Themen. Und jeder IT-Verantwortliche in Österreich weiß: Moderne IT-Lösungen können heute nicht mehr isoliert betrachtet werden, Druck kommt von allen Seiten. Die Geschäftsleitung fordert von der IT einen deutlich sichtbaren Beitrag zum Geschäftserfolg. Das Marketing drängt auf Kampagnen, die neueste technologische Raffinessen nutzen. Und das Controlling insistiert auf Kosteneinsparungen - egal, ob bei Hardware, Software oder auch den Energiekosten des unternehmenseigenen Rechenzentrums.

HP - ein umfassender Servicepartner mit Lösungskompetenz

Die IT-Abteilung sieht sich folglich einer ganzen Reihe von Herausforderungen gegenüber: Sie muss mit einem beschränkten Budget die oft ausufernde Größe und Komplexität ihres Rechenzentrums managen, trotzdem die Serverleistung permanent maximieren und neue Geschäftsanforderungen technologisch umsetzen. Eine aktuelle weltweite Studie von HP belegt dabei: 33% der befragten CIOs befürchten, dass ihr Rechenzentrum in spätestens zwei bis fünf Jahren die wachsende Nachfrage an Services und Anwendungen nicht mehr bewältigen kann.

Wenn es darum geht, maßgeschneiderte Lösungen zur Optimierung der IT-Umgebung zu entwickeln, dann gibt es einen verlässlichen Partner: HP. Gemeinsam mit den Kunden wird analysiert, wie sich die Anforderungen, die von vielen Unternehmensbereichen an die IT herangetragen werden, schnell und effizient umsetzen lassen. Schließlich bietet HP das komplette Know-how für den Weg zum Rechenzentrum der Zukunft aus einer Hand: Planung, Design, Infrastruktur, Implementierung, spezifische Anpassungen, Betrieb und Support - für einzelne Anwendungen oder ganze Rechenzentren. IT-Verantwortliche erreichen damit für ihr Unternehmen eine optimierte Energie- und Raumeffizienz, sichern jederzeitige Hochverfügbarkeit und können kosteneffizient eine virtualisierte Infrastruktur nutzen. Insbesondere Standardisierung und Automatisierung helfen ihnen, Kosten zu sparen, Risiken zu minimieren sowie gleichzeitig die Servicequalität zu erhöhen. So unterstützt die IT die Geschäftsziele des Unternehmens und hält es wettbewerbsfähig.

Mit HP zum SAP-Upgrade

Wie Unternehmen vom umfassenden Serviceportfolio und Know-how von HP profitieren können, zeigt sich am in vielen Unternehmen derzeit anstehenden Generationswechsel von SAP R/3 auf SAP ERP. Die optimale Auswahl der passenden Komponenten sowie eine reibungslose Migration sind bei einer so geschäftskritischen Applikation wie SAP von vorrangiger Bedeutung. Bedarfsgerecht soll die Lösung sein, ganz den individuellen Ansprüchen angepasst.

Damit für jede Anforderung die richtige Lösung vorhanden ist, setzt HP sein SAP-Portfolio flexibel aus drei Bausteinen zusammen: Infrastruktur, Software und Services - genau angepasst an die jeweiligen Bedürfnisse des Unternehmens. Für die IT-Abteilung im Fokus: Kosteneinsparung, Komplexitätsreduzierung, Minimierung von Ausfallrisiken, Sicherstellen der Servicequalität und Flexibilität, um das Geschäft den sich immer schneller wandelnden Märkten und Herausforderungen anzupassen. Das funktioniert: Rund um den Globus haben bereits über 22.000 Kunden ihren geschäftlichen Erfolg mit dem SAP-Know-how von HP realisiert. ❑

„Überbordende Server-Farmen oder Software-Insellösungen, die nicht optimal gemanagt werden können, kosten IT-Abteilungen Nerven, Zeit und Geld. Services von HP helfen Unternehmen, die Infrastruktur genau unter die Lupe zu nehmen und gemeinsam mit dem Kunden für jedes Bedürfnis das richtige Konzept zu entwickeln und umzusetzen.“

Rudolf Kemler, Generaldirektor HP Österreich

Mit neuen Lösungen, Produkten und kompetenten Services rückt HP den Beitrag eines Rechenzentrums zum Geschäftserfolg in den Mittelpunkt und unterstützt Unternehmen dabei, das Geschäft auszubauen, Kosten zu senken und Risiken zu minimieren. Weitere Informationen zu HP und SAP finden Sie unter www.hp.com/at/sap.

Für eine persönliche Beratung über Lösungen von HP zur Optimierung Ihres Rechenzentrums können Sie sich anmelden unter www.hp.com/at/rechenzentrum oder telefonisch unter 0800 202220 153.

PROMOTION

Industrielle Revolution in grün

Green IT muss die Gesamtwirtschaft verändern, sonst bleibt ihr Klimaeffekt gleich Null.

Alexander Hackl

Der IKT-Sektor ist für 2% der Treibhausgase verantwortlich. Diese Schätzung des Technologieberaters Gartner ist hinlänglich bekannt, sie ist seit Jahr und Tag der Standard-Einstieg in mittlerweile unzählige publizistische Ergüsse zum Thema Green IT. Danach folgt in der Regel die Erörterung von Strategien, Technologien und - im Fall von Marketingtexten - Produkten und Services, die den IKT-Anteil am Klima-Desaster zu verringern versprechen.
Die Branche hat sich des Themas angenommen - das ist die gute Nachricht. Die schlechte lautet: Es wird nichts bringen! Zumindest nicht im Kampf gegen die Erderwärmung. Eine aktuelle Studie des Consulters McKinsey sagt, dass sich der IKT-verursachte CO2-Ausstoß bis 2020 verdoppeln wird. Schon jetzt gibt es weltweit 1 Mrd. PCs. 2014 werden es 2 Mrd. sein. Die rasante Wirtschaftsentwicklung in den Schwellenländern bringt eine explosionsartige Steigerung bei der Nutzung von Computern, Internet und Mobilfunknetzen mit sich. Verbesserungen in der Energieeffizienz der Infrastruktur werden dadurch zunichte gemacht. In Sachen Klimabilanz ist Green IT also im günstigsten Fall ein Nullsummenspiel.

Ein Tropfen auf den heißen Planteten

Aber selbst wenn die CO2-freie IT erfunden würde, brächte das eben nur die ominösen Gartner'schen 2% - einen Bruchteil dessen, was für eine Trendumkehr beim Klimawandel nötig ist. Wesentlich sinnvoller wäre es, wenn sich die Branche in viel stärkerem Maße als bisher der restlichen 98% annähme und ihr Innovationspotenzial im Sinne einer grünen Gesamtökonomie einsetzt. Die McKinsey-Studie hat dieses Potenzial nun erstmals in Bezug auf die CO2-Bilanz quantifiziert. Demnach könnten konsequent eingesetzte, „smarte" IKT-Technologien in den Bereichen Motoren- und Automationstechnik, Logistik, Gebäudetechnik und effiziente Energienetze den weltweiten CO2-Ausstoß bis 2020 um 15% senken.

Um diese „Saubere Grüne Industrielle Revolution" (Copyright Steve Howe, CEO der Climate Group) durchzusetzen, ist zu allererst die Politik gefordert. Dass es keine Autos mehr ohne Katalysator gibt, ist schließlich auch einem Gesetz und nicht den Herstellern zu verdanken. IKT-Kommissarin Viviane Reding hat noch für dieses Jahr ein EU-Maßnahmenpaket zur Förderung des IKT-Einsatzes im Kampf gegen den Klimawandel angekündigt. Ob es schon der große Wurf ist, wird man sich anschauen müssen. ❏

„Workflowlösungen, Nachvollziehbarkeit und Compliance sind echte Challenge-Themen", so Ronald Münzker, Consultant ITdesign. Die Kombination von prozess- und IT-technischem Know-how steht dabei hoch im Kurs. IT WORKS – das oberste Ziel von ITdesign, dem unabhängigen Dienstleister auf dem österreichischen IT-Markt.

www.itdesign.at

ITdesign software projects & consulting

Was SOA Governance in der Praxis leisten kann
Gibt es den „Blueprint“ für Geschäftsprozesse?

Strategische Wegweiser durch den SOA-Irrgarten sind noch rar gesät. Aber zumindest eine grobe Orientierung im Dschungel von Webservices ist gefragt. Deshalb wächst der Bedarf nach einem umfassenden Steuerungsinstrument, aber auch nach einem alltagstauglichen Regelwerk.

Lothar Lochmaier

Im unternehmerischen Alltag gilt es jedoch, eine allzu ausufernde Bürokratie zu vermeiden und auf die Durchschlagskraft der SOA Governance zu achten. Als „Welt der vielen kleinen Schritte“ bezeichnen Experten nämlich oftmals den internen Aufbau und die Nutzung einer ausgeprägten IT-Servicearchitektur.

Statt des großen konzeptionellen Wurfs dominieren indes immer noch viele „kleine unverbundene SOA-Inseln“ die Szenerie. So mühen sich nicht wenige Unternehmen mehr oder minder erfolglos mit dem Aufbau eines kennzahlenorientierten Cockpits zur geschäftsprozessübergreifenden Nutzung ab. Dem hochgesteckten Ziel einer Serviceorientierten Architektur nahe zu kommen, gelingt jedoch nur dann, wenn Unternehmen die entwickelten Dienste aktiv nutzen und dadurch eine teure Programmierung vermeiden.

Genau dies scheint in der Praxis bislang jedoch nur unzureichend zu gelingen. Sprich, die vielen Inseln gilt es mit festem Boden unter den Füßen zu verbinden. Damit SOA also nicht an den vielen kleinen Webservices scheitert, die nur unzureichend oder gar nicht miteinander kommunizieren, halten Experten ein durchgängiges Regelwerk zur Erstellung und Verwendung von Services für unumgänglich. Denn ansonsten läuft das Unternehmen Gefahr, Webanwendungen falsch zu programmieren und sich dem Wildwuchs in der IT auszusetzen.

Ohne Andocken an die Governance bleibt SOA ansonsten bei einzelnen Webanwendungen stecken, oder das Unternehmen propagiert einen losgelösten rein projektgetriebenen Ansatz. „Eine SOA Governance ist die konsequente Fortsetzung einer Corporate Governance in eine SOA, genauso wie eine IT-Strategie nichts anderes ist, als die konsequente Fortsetzung der Unternehmensstrategie in die Belange und Aufgaben der IT“, präzisiert aus Sicht der Theorie der renommierte Unternehmensberater Wolfgang Martin, Geschäftsführer des Wolfgang Martin Teams.

Um die graue Theorie handhabbar zu machen, plädiert der Experte vor allem für feinmaschig festgelegte Service Level Agreements, sprich Dienstevereinbarungen, anhand derer sich eine sorgfältige Qualitäts- und Erfolgskontrolle durchführen lässt. Bekanntlich ist man hinterher immer schlauer als vorher. Erst wenn es gelinge, die Geschäftsabläufe sauber zu modellieren und fortlaufend zu überwachen bzw. zu optimieren, sei ein Optimierungskreislauf im Sinne der Governance überhaupt möglich, so Martin weiter.

Untermauert wird der Ruf nach einem besseren Führungssystem durch den komplexen SOA-Dschungel auch durch neue Forschungen, so etwa in einer gemeinsamen Studie von SAP und der Universität St. Gallen. Darin ermittelten die Forscher gewisse Parameter zur Bewertung der Wirtschaftlichkeit von SOA-Projekten. „Die Studie belegt, dass Serviceorientierung die Wiederverwendbarkeit von Softwarefunktionen deutlich erhöht“, betont Professor Robert Winter, Leiter des Instituts für Wirtschaftsinformatik.

Daneben sieht Winter den Sinn und Nutzen einer SOA bei reduzierten Entwicklungskosten und einer beschleunigten Einsatzreife. Die Experten der Uni St. Gallen sehen dabei das strikte Einhalten von SOA-Regeln in Form einer konsequent durchgeführten SOA Governance als zentrale Voraussetzung für eine nachhaltige Konsolidierung der IT an, damit sich die damit anvisierten Kosteneinsparungen auch tatsächlich einlösen lassen.

„Eine SOA Governance ist die konsequente Fortsetzung einer Corporate Governance in eine SOA.“ - Unternehmensberater **Wolfgang Martin**, Geschäftsführer des Wolfgang Martin Teams

Regelwerke als Kompass durch den SOA-Dschungel?

Schließlich ist SOA mehr als eine Ansammlung loser Webservices, aber die Umsetzung ist nicht nur technischer, sondern vor allem organisatorischer Natur. Experten aus der Praxis legen den Unternehmen einige Ratschläge ans Herz. So beschreibt Uwe Rödiger, Solution Manager Business-driven SOA, bei IDS Scheer in Saarbrücken, zunächst einmal die technischen Hürden vor der Etablierung einer SOA-Governance.

Das Thema SOA werde oftmals mit dem falschen Mindsetting angegangen, sprich einem undurchsichtigen Sammelsurium an Tools, Methoden und Standards. „Zusätzlich bestehen oft unterschiedliche Sichten auf das Thema SOA allgemein und daher auch unterschiedliche Vorstellungen und Ziele, die in unterschiedliche Anforderungen an die Governance-Konzepte münden“, beschreibt der Experte die Kluft zwischen IT und Businesswelt.

Aus technischer Sicht sei es natürlich schwieriger und anspruchsvoller, einen Governance-Prozess aufzubauen, der verschiedene Werkzeuge und Standards berücksichtigt und diese ineinander integriere. Dem Dilemma auf Ebene der Anwendungen versuchen die Experten von IDS Scheer mit Blick auf das Geschäftsprozessmanagement durch eine sogenannte „ARIS Governance Engine“ entgegenzuwirken, eine Art integrierter Mustervorlage zum Betrieb der Anwendungen.

Genau wie das Thema Geschäftsprozessmanagement (BPM) selbst, solle das

Unternehmen eine SOA-Implementierung als einen Prozess auffassen, welcher klare Governance-Regeln unterstützt und der sich im Idealfall wenigstens teilweise automatisieren lässt, betont Rödiger. Allerdings sind mit dieser Erkenntnis nicht alle Probleme auf einen Schlag vom Tisch. Denn im Rahmen der Führungsrichtlinien (Governance Processes) müssen die Spezialisten auch weiterhin Daten mit unterschiedlicher Struktur zwischen den Systemen austauschen.

Somit ist auch das beste Regelwerk nur so gut, bis es zum ersten Mal gebrochen wird und dies möglicherweise weitere Dammbrüche nach sich zieht. Dennoch bleibt Uwe Rödiger konsequent: „Solche Regelwerke sind unabdingbar." Leider seien derzeit noch keine erprobten Standardverfahren in Sicht. Erst wenn allen Beteiligten klar sei, dass Serviceorientierung sowohl strategische als auch organisatorische Aspekte beinhalte und deren Aufbau zu größeren Umwälzungen im Unternehmen führen könne, sei eine erfolgreiche Umsetzung überhaupt Erfolg versprechend.

Der Ansatz „ARIS Value Engineering for SOA" (AVE for SOA) von IDS Scheer stellt nach Auffassung des Experten ein ebensolches Regelwerk dar, um eine SOA tatsächlich basierend auf den Geschäftsprozessen aufzubauen. Dieses Vorgehensmodell beinhaltet Phasen wie „Understand Business Environment" oder „Record Enterprise Map". „Das zeigt, dass das Thema SOA nicht als rein technische Herausforderung aufgefasst werden darf", bilanziert Rödiger.

Fazit

Im Zuge der fortschreitenden SOA-Diskussion erlangt das Thema Governance einerseits immer mehr Aufmerksamkeit. Von theoretischer Seite ist nicht nur die Komplexität des Themas offensichtlich, sondern auch die Erkenntnis, zur Umsetzung ein Regelwerk und strenges Controlling etablieren zu müssen. „Richtig durchgesetzt hat sich diese Erkenntnis aber erst, nachdem sich zeigte, dass SOA-Projekte scheitern bzw. wesentlich teurer sind und länger laufen als geplant", räumt Rödiger ein.

Somit setzt eine erfolgreiche SOA-Strategie auch zwingend das Andocken an das organisatorische wie technische Führungssystem (Governance) voraus. Ohne diese sei eine erfolgreiche SOA-Implementierung illusorisch, betont Rödiger. Von zentraler Bedeutung ist deshalb, dass das Top-Management die jeweilige Initiative mit Nachdruck unterstütze und sich des strategischen Charakters bewusst sei.

Auch die Vorbehalte und Empfindungen der Mitarbeiter gilt es zu respektieren, statt diese gleich vom Tisch zu wischen, damit das Vorhaben die Bedürfnisse der Nutzer nicht komplett außen vor lässt. Vielfach gibt es Ängste, die mitunter berechtigt sein können, etwa wenn aufgrund der Beseitigung von Redundanzen auch Verantwortungen wegfallen bzw. diese neu geregelt werden müssen. Eine aktive Einbeziehung der Mitarbeiter in die Planung und Umsetzung des Projektes kann hilfreich sein, wenn diese auf einer klaren Kommunikation der angestrebten Ziele aufbaut. Dazu kann ein vorgelagertes Assessment in das Projekt hinein hilfreich sein, in welchem die Verantwortlichen den „SOA-Reifegrad" im Unternehmen realistisch taxieren und sich daraus ein entsprechender Aktionsplan ableiten lässt. So kann bei IDS Scheer etwa anhand eines Praxisszenarios der Kunde in einem großen Projekt anhand von zehn Kriterien den Reifegrad, sprich die „SOA Maturity", bestimmen, und er kann darauf basierend festlegen, auf welche Bereiche das Unternehmen sich anfänglich am besten konzentriert.

Als konkretes Ergebnis in einem vorliegenden Kundenbeispiel in Osteuropa resultierte laut IDS Scheer ein auf 30 Monate angelegter Masterplan, der auch den Aufbau entsprechender Planungs- und Kontrollmechanismen als Bestandteil der SOA Governance beinhaltet. Als fast unabdingbar habe sich dabei der Aufbau eines „SOA Centers of Excellence" herausgestellt, welches alle Aspekte betreffend des Aufbaus, der Umsetzung und Kontrolle der SOA Governance abdecke, fasst Rödiger zusammen. ❑

„Zusätzlich bestehen oft unterschiedliche Sichten auf das Thema SOA allgemein und daher auch unterschiedliche Vorstellungen und Ziele, die in unterschiedliche Anforderungen an die Governance-Konzepte münden." - **Uwe Rödiger**, Solution Manager Business-driven SOA, bei IDS Scheer

IDS Scheer forciert dezentrale Unternehmenssteuerung

Das Flaggschiff Aris soll weiter in die Fachabteilung hineinreichen. Allerdings sehen Marktanalysten diesen Schritt eher als kritischen Beipackzettel an. So stuft etwa Gartner das „Downsizing" der Analyse von Geschäftsprozessen als risikoreiches Unterfangen ein.

Lothar Lochmaier

Fest steht derzeit nur eines: Die Karten beim Spagat zwischen Serviceorientierung und Business Process Management dürften bald neu gemischt werden. Zwar stehen die Zeichen keineswegs auf Sturm, aber eine gewisse Verunsicherung ist den Verantwortlichen bei IDS Scheer derzeit durchaus anzumerken. Denn das Aris-Flaggschiff zum Modellieren von Geschäftsprozessen allein reicht nicht mehr aus, um am Markt mittelfristig als Vorreiter zu bestehen.

Dies ist insbesondere deshalb der Fall, weil derzeit die großen Spieler wie SAP nach der Integration von Business Objects der Verschmelzung zwischen dem Business Process Management und Serviceorientierten Achitekturen massiv den Boden bereiten. Das „Downsizing von strategischen IT-Prozessen" sei indes kein Allheilmittel zur Verbesserung, das sich beim Business Process Management quasi beliebig auf jede Unternehmensebene verlagern ließe, moniert Research-Director Marc Kerremanns von Gartner.

Die von Gartner auf der diesjährigen Aris ProcessWorld neben viel Lob für IDS als Marktführer beim strategischen Prozessmanagement indirekt vorgetragene Kritik richtete sich somit durchaus auch an das Unternehmen selbst. Marktbeobachter rechnen nämlich damit, dass sich der klare Fokus auf das strategische Flaggschiff Aris im Zuge einer schleichenden Öffnung für mehr operative Serviceorientierung aufweichen könnte.

Das Management der Geschäftsprozesse sei jedoch eine Disziplin, die eine durchgängige logische Methodologie erfordere, um Prozesse exakt identifizieren, modellieren und simulieren zu können, bilanzieren die Auguren von Gartner. Sprich: Um seine dominante Stellung im magischen Quadranten der führenden Unternehmen bei den Marktforschern zu festigen, solle IDS Scheer daran festhalten, die Metadaten in einem zentralen Verzeichnis wie Aris zu bündeln und zu speichern.

Nachdem auch die jüngsten Geschäftszahlen des Saarbrücker Unternehmens nicht optimal ausgefallen waren, steht IDS Scheer ohnehin auf dem Radar der Marktanalysten, denn der Trend in Richtung Fusionen und Kooperationen, bei der sich die Anbieterlandschaft im Produktmix zwischen Serviceorientierung und Business Intelligence weiter vermengen dürfte, setzt sich konsequent fort.

Die in den letzten Jahren stark unter Druck geratene Börsennotierung von IDS Scheer trägt außerdem dazu bei, um den Spekulationen von Analysten zusätzliche Nahrung zu verleihen. Dementsprechend nachdrücklich bemühte sich Wolfram Jost, Vorstand Produktstrategie, -entwicklung und -marketing bei IDS Scheer, anlässlich der diesjährigen Kundenkonferenz Aris Process-World Zweifel am künftigen Erfolgskurs des Unternehmens zu zerstreuen.

Vor allem gegen den größeren Partner aus Walldorf grenzte er das eigene Unternehmen zumindest rhetorisch entschiedener ab als bislang der Fall war. SAP benutze mit SOA by Design ein ganz anderes spezifisches Vokabular als das eigene Unternehmen. Die spezifische Stärke von IDS Scheer gegenüber SAP macht der Unternehmensstratege gerade darin aus, die Lücke zwischen den prozessbasierten Abläufen und der Serviceorientierung schließen zu können.

„SAP bringt BPM zwar an den Kunden, aber IDS Scheer hat den einzigartigen Vorteil, dies durch ein prozessorientiertes Vorgehensmodell zu ergänzen", so Jost weiter. Erst kürzlich war das Unternehmen auf der Kundenmesse Sapphire in Berlin mit dem SAP Pinnacle Award für die höchste Stufe in der Kundenzufriedenheit ausgezeichnet worden.

„SAP bringt BPM zwar an den Kunden, aber IDS Scheer hat den einzigartigen Vorteil, dies durch ein prozessorientiertes Vorgehensmodell zu ergänzen." - **Wolfram Jost**, Vorstand Produktstrategie bei IDS Scheer

Die Verantwortlichen sehen das Unternehmen deshalb auch weiterhin auf einem soliden Wachstumspfad. Dirk Oevermann, Vorstand der Beratungssparte bei IDS Scheer, setzt vor allem auf den erfolgreichen Ausbau der Aktivitäten in den Schlüsselbereichen Chemie, Pharma und bei Consumerprodukten. Insbesondere lukrative Großprojekte mit einem hohen Consulting-Anteil sollen den Weg in neue internationale Märkte hinein ebnen.

BPM als „Value Capturer"

Erst kürzlich eröffnete IDS Scheer neue Niederlassungen in Spanien und Italien. Passend dazu stellte sich auf der Aris Process - World die spanische Großbank BBVA vor. Das Unternehmen hatte sich erst kürzlich für die Aris-Plattform entschieden und setzt diese künftig sowohl als BPM-Lösung als auch im Bereich des operationellen Risikomanagements bis hin zur internen Kontrollorganisation ein.

Auch in der unmittelbaren Produktpipeline bemüht sich IDS Scheer um eine Erweiterung zum bisherigen rund um das Aris-Prozessmodell gruppierten Erfolgsgaranten. Demnach scheint man auch bei dem Spezialistenhaus dazu geneigt, die strategische Plattform etwas stärker für die Bedürfnisse der Nutzer zu öffnen. Sprich: Künftig sollen vor allem die Nutzer in den Fachab-

teilungen stärker von der Aris-Modellierung profitieren.

Vor allem mit Blick auf SAP hat sich der Spezialist dazu eine ganze Reihe von Maßnahmen auf die strategische Agenda geschrieben. So steht das Label „Process-Driven SAP" für ein Paket aus Verfahren, BPM-Werkzeugen und Arbeitsvorlagen, das die Anwender von der Strategie über das Prozess- und Organisationsdesign bis zur Implementierung der SAP-Module unterstützen soll.

IDS Scheer wirbt vor allem mit dem Argument, dass sich SAP-Software damit um bis zu einem Drittel schneller und um rund 15% günstiger einführen lasse. Die nachgebesserte Beratungslösung „Process-Driven SAP" zeichne sich dadurch aus, dass die Kunden ihre Software nicht losgelöst vom Business implementieren müssten, sondern sich diese bereits zuvor an die jeweiligen betriebswirtschaftlichen Bedürfnisse und Vorgaben anpasse.

Zum Einsatz kommt bei der prozessorientierten SAP-Implementierung jedoch auch weiterhin die Methode Aris Value Engineering (AVE), die auf der Aris-Plattform aufsetzt. Die AVE-Methodik beschreibt jedoch ergänzend dazu, wie sich die Werkzeuge „Aris for SAP" bzw. „SAP Solution Manager" im Projekt bestmöglich einsetzen lassen. Zur weiteren Unterstützung stehen ergänzende Guidelines, Best Practices und umfangreiche Vorlagen bereit.

Dadurch erhielten Unternehmen bei SAP-Implementierungen aufgrund der Prozessmodellierung vor der Einführung frühzeitig ein komplettes Szenario über die Prozessschritte. Mit diesem Instrumentarium ausgerüstet, hat laut IDS Scheer das Unternehmen Brenntag, ein Spezialist in der Distribution von Industrie- und Spezialchemikalien, die europaweite Konsolidierung verschiedener regionaler IT-Systeme - unter anderem im SAP NetWeaver-Umfeld - bereits erfolgreich bewältigt.

Das Resultat bei Brenntag bestehe in einer deutlichen Verkürzung bei der Einführung von SAP-Projekten, die seitdem rund 20-25% kürzer dauert und zudem mit Blick auf die Kosten um 5-10% günstiger ausfalle. Dass sich IDS Scheer also eine deutlich erhöhte Schlagzahl in der Serviceorientierung bis hinein in die Fachabteilungen im Unternehmen auf die Fahnen geschrieben hat, lässt sich unschwer an der in Berlin auf der ProcessWorld vorgestellten Aris Governance Engine erkennen. Sie folgt den Vorgehensmodellen bei der Implementierung von Serviceorientierten Architekturen, etwa indem das Unternehmen selbst über Workflows festlegen kann, welche Personen einen Service definieren, freigeben und in Gang setzen. „Wir offerieren damit die erste Lösung, die auf operativem Gebiet die vollständige Prozessautomation möglich macht", sagt Produktstratege Wolfram Jost.

Mehr Überblick im Managementcockpit

Mit Hilfe der Aris Governance Engine lasse sich nicht nur feststellen, ob Mitarbeiter sich bei der Arbeit konform zu gesetzlichen und rechtlichen Vorgaben verhielten. „Mit Hilfe der Governance lässt sich der komplette SAP-Roll-out steuern und automatisch in die Maschinen hineintransferieren", legt der Produktvorstand die Messlatte gleich ziemlich hoch. Die Lösung soll laut IDS Scheer allerdings erst im ersten Quartal des kommenden Jahres verfügbar sein.

Gegen Ende des Jahres sei zudem mit neuen auf SAP Net Weaver 7.0 maßgeschneiderten Service Repositories zu rechnen. Noch nicht vollständig ausgeräumt scheinen offenbar die konzeptionellen Probleme bei der „In-Memory-Database", einer neuen Technologie, die zu einer besseren Performance im Bereich der Key-Performance- Indikatoren (KPI) beitragen soll. Jetzt rechnen die Verantwortlichen mit der Fertigstellung der analytischen Softwarefunktionen pünktlich zur kommenden CeBIT 2009.

Roadmap für neue Produkte mit Microsoft und BMC

Auf der Aris ProcessWorld Europe in Berlin gab IDS Scheer zudem die ab sofort verfügbare Integration aus Aris-Platform und Microsoft BizTalk Server 2006 R2 bekannt. Einige Details sind zwar noch offen, aber der bevorzugte Partner der Microsoft Business Process Alliance bei der BPM-Modellierung und Überwachung soll Unternehmen mit einem integrierten Angebot nicht nur das dynamische Entwerfen, Simulieren und Ausführen von Geschäftsprozessen über BizTalk Server 2006 R2 ermöglichen.

Hinzu gesellt sich außerdem die Einbindung von Prozessanalysen und Process Intelligence in den Geschäftsprozess, was strategische Entscheidungsprozesse erleichtern soll. Auch mit dem von BMC und IDS Scheer gemeinsam entwickelten Produkt „BMC Discovery for Business Processes" seien IT-Abteilungen nun in der Lage, Geschäftsprozessmodelle im „Aris Business Architect" von IDS Scheer automatisch aufzudecken und diese dynamisch den entsprechenden Informationen zu IT-Services und Infrastruktur in BMC Atrium CMDB zuzuordnen.

Fachspezialisten entwickeln sich zu Strategieplanern

Auch dies dürfte ein weiterer Schritt in Richtung Dezentralisierung und Verlagerung der Geschäftsprozesse auf die unteren Hierarchieebenen sein. Dadurch sollen Mitarbeiter etwa auf Ebene der IT-Techniker besser nachvollziehen, welcher Geschäftsprozess von einem bestimmten IT-Ereignis tangiert wird.

Auf diese Weise lasse sich nicht nur die Effizienz im Unternehmen durch die optimale Ausrichtung von Geschäftsabläufen und IT-Prozessen erhöhen, sondern auch die Kommunikation von Änderungsanforderungen und die Einhaltung gesetzlicher Standards im IT-Servicemanagement verbessern.

Als weiteres Element in den Kreislauf hinzu tritt das auf der ProcessWorld verkündete neue IDS-Scheer-Produkt „Aris Interface for BMC Atrium CMDB", das Daten zu den bereitgestellten Anwendungen und Technologien aus CMDB extrahiert und in das Aris Repository importieren soll. Die Aufgabe der IT bestehe darin, diese Technologie unmittelbar mit der Anwendungsarchitektur zu verknüpfen, sprich den Informationen zur Planung der IT-Landschaft und den Geschäftsprozessen.

Den Unternehmensarchitekten stünde somit auch auf Ebene der Fachabteilungen anhand dieser Informationen im „Aris IT Architect" ein Instrumentarium bereit, das die Auswirkungen von IT-Projekten auf die bestehende Landschaft analysieren könne - und mit dessen Hilfe sich der Standardisierungsgrad der Soft- oder Hardware bewerten lasse. Dies ermögliche eine bessere Planungsqualität sowie niedrigere Kosten infolge der damit einhergehenden Standardisierung und Harmonisierung von IT-Anlagen.

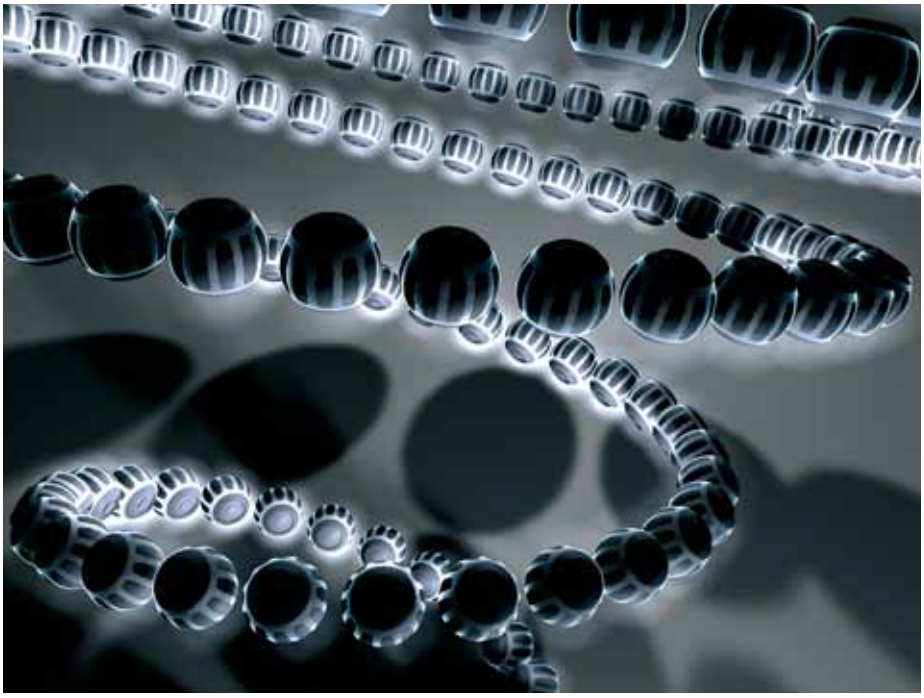
www.processworld.com
www.arisblog.com

Komplexe Technologie bewerben und verkaufen

1. Teil: Das Vorgehensmodell

Die Bewerbung von erklärungsbedürftigen Produkten lässt sich nicht mit jener von Milchshakes und Zahnpasta über einen Kamm scheren. Das gilt ganz besonders im B2B-Technologiebereich, wo Innovationen und spezialisierte Dienstleistungen weit verbreitet sind.

Erwin Matys



(Bild: stock.xchng)

Viele Geschäftsführer, Marketing- und Vertriebsleiter stehen vor der Aufgabe, Kunden von Technologieprodukten zu überzeugen. Hat man einmal die Erfahrung gemacht, dass ein komplexes Produkt oder eine spezielle Dienstleistung von Kunden erst nach einer längeren Dialogphase gekauft wird, kennt man die Situation - diese Angebote lassen sich nicht einfach über Mailings, Prospekte oder eine simple Website vertreiben.

Die Liste der möglichen Beispiele ist lang: Softwarelösungen, Infrastruktur-Systeme, hochwertige Serviceleistungen, Entwicklungswerkzeuge oder spezielle Komponenten sind nur ein paar ausgewählte Vertreter dieser Produktart. Dazu eines vorweg - ein „Produkt mit hohem Erklärungsbedarf" *per se* gibt es nicht.

Denn was einer Person unbekannt ist, kann einer anderen längst vertraut sein. Ein spezielles Technologieprodukt kann für Insider leicht zu verstehen sein und mit relativ geringem Aufwand nachvollziehbar gemacht werden. Ein- und dasselbe Produkt wird bei einer anderen Zielgruppe einen sehr hohen Erklärungsbedarf aufweisen. Ob ein Produkt nun tatsächlich erklärungsbedürftig ist, hängt also immer vom Informationsstand der Zielgruppe ab. Das bedeutet, dass die genaue Kenntnis der Zielgruppe eine wesentliche Voraussetzung ist.

Kunden verstehen lassen

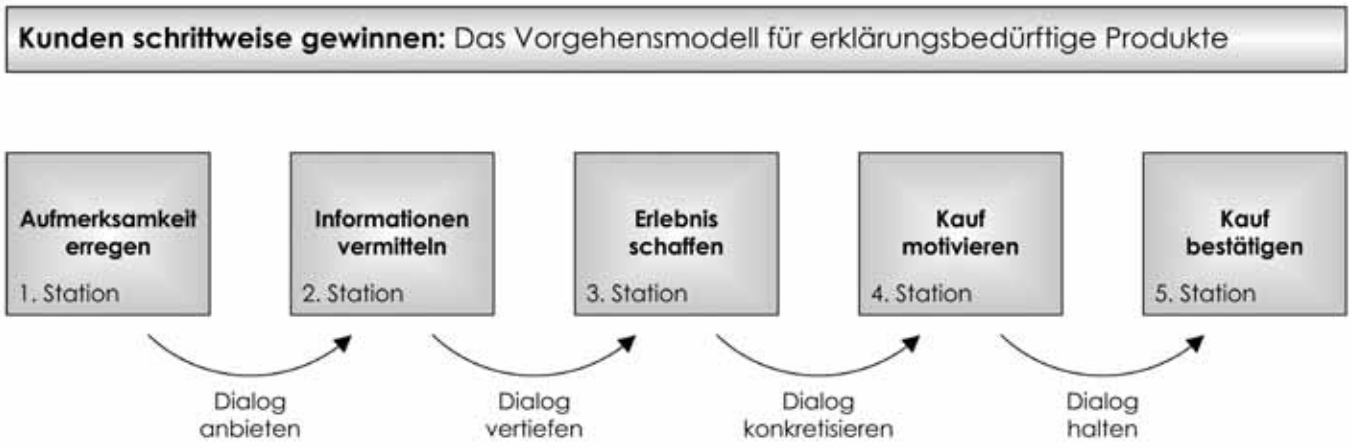
Was ist es aber nun im Detail, das für eine Zielgruppe den Erklärungsbedarf ausmacht? Die Antwort ist denkbar einfach: In diesen Fällen ist es den potenziellen Kunden nicht oder nur sehr schwer möglich, die Funktion, die Anwendungen und den Nutzen des Produkts auf den ersten Blick selbstständig zu erkennen. Es muss ihnen dabei geholfen werden, die entsprechenden Bedeutungen für ihre Welt, für ihr Unternehmen oder für ihr Leben abzuleiten. Mit anderen Worten, die Käufer müssen aktiv bei einem Lernprozess begleitet werden. Wie die Erfahrung zeigt, ist es günstig, wenn Sie diesen Prozess so inszenieren, dass er im persönlichen Kontakt stattfindet. Denn Sie werden potenzielle Kunden nur sehr schwer motivieren können, sich aus eigenem Antrieb mit ausführlichen Unterlagen, Konfigurationsmöglichkeiten, Produktvarianten usw. zu beschäftigen.

Das heißt aber nicht, dass Sie auf schriftliche Kommunikationsmittel verzichten können. Produktbeschreibungen, Dokumentationen, Newsletter, Darstellungen im Web und Einschaltungen in Fachmedien erfüllen eine wichtige Funktion, nämlich Ihren persönlichen Dialog zu unterstützen. Der Interessent bekommt das, was ihm erzählt wird, nochmals bebildert und in einer anderen Form. Das bedeutet, dass Ihre schriftlichen Kommunikationsmittel den persönlichen Dialog untermauern und aufwerten.

DI **Erwin Matys** ist Kommunikationsberater und Verfasser mehrerer erfolgreicher Marketingpublikationen. Sein besonderer Schwerpunkt liegt in der Vermarktung erklärungsbedürftiger Produkte. Er unterstützt spezialisierte Anbieter in der Konzeption und Umsetzung ihrer Produkt-, Dienstleistungs- und Unternehmenskommunikation. E-Mail: erwin@matys.at

Qualität glaubhaft machen

Es gibt aber noch eine weitere wichtige Funktion, die Ihre Unterlagen erfüllen. Selbst wenn es Ihnen im persönlichen Dialog gut gelingt, die Funktion und den Nutzen Ihres Angebots zu vermitteln, so bleibt speziell in den Anfangsphasen für Interessenten doch immer ein Zweifel im Raum stehen: Von welcher *Qualität* sind Ihre Produkte und Leistungen? Diese Frage kann ein potenzieller Kunde oft nicht im Vorfeld klären. In vielen



Neue Kunden werden am leichtesten überzeugt, wenn die richtige Reihenfolge eingehalten wird. Je näher der Dialog mit Interessenten an diesen idealen Ablauf herankommt, umso besser stehen die Chancen, komplexe Produkte und spezialisierte Dienstleistungen erfolgreich zu verkaufen.

Fällen fehlen ihm die objektiven Bewertungsmaßstäbe, um zu einer Antwort zu kommen. Und wie gehen Kunden in solchen Fällen vor? Sie orientieren sich an anderen Beobachtungen, die sie verstehen können. Und dabei spielen Ihre Produktunterlagen oft eine entscheidende Rolle. Sind Ihre Unterlagen von niedriger Qualität, wird eine niedrige Produkt- und Servicequalität angenommen. Sind Ihre Unterlagen von hoher Qualität, wird eine hohe Produkt- und Servicequalität angenommen.

Den Dialog inszenieren

Bei der Bewerbung von erklärungsbedürftigen Produkten geht es also darum, das Angebot für die Zielgruppe verständlich und attraktiv werden zu lassen. Im Idealfall geschieht das in einem persönlichen Dialog und wird mit hochqualitativen schriftlichen Mitteln unterstützt. Und der Dialog muss natürlich so gestaltet werden, dass er in möglichst vielen Fällen zum gewünschten Ergebnis führt, nämlich zum Kauf Ihres Produkts oder Ihrer Dienstleistung.

Die obenstehende Abbildung zeigt Ihnen, welche Stationen auf diesem Weg durchlaufen werden: In der ersten Station geht es darum, die Aufmerksamkeit der Zielgruppe zu erhalten und in den Dialog einsteigen zu können. In der zweiten Station werden konkrete Informationen vermittelt - potenzielle Kunden kommen hier soweit, dass sie das Produkt, seine Anwendungen und seinen Nutzen verstehen können.

Mit einer weiteren Vertiefung des Dialogs werden in der dritten Station Erlebnisse geschaffen, die das Produkt aus dem abstrakten Bereich herausholen: Situationen, in denen der Interessent das Produkt oder die Dienstleistung ausprobieren kann, schaffen jene wichtigen emotionalen Erlebnisse, die den Besitzwunsch fördern. Anschließend ist es notwendig, den Dialog zu konkretisieren und speziell auf den Bedarf und die Bedürfnisse des Kunden einzugehen, damit in der vierten Station der Kauf stattfinden kann. In der weiteren Folge ist es sinnvoll, den Dialog zu halten, um mit der fünften Station den neuen Kunden in seiner Kaufentscheidung zu bestätigen.

Die Reihenfolge entscheidet

Wenn Ihnen der Umgang mit erklärungsbedürftigen Produkten und Dienstleistungen nicht ganz fremd ist, werden Sie intuitiv die Richtigkeit dieses Vorgehensmodells erkennen. Sie wissen, dass Interessenten langsam an den Kauf herangeführt werden wollen - bei hochpreisigen und komplexen Produkten kann dieser Prozess sogar Jahre in Anspruch nehmen. Auch wenn es in der Regel schneller geht, unter ein paar Wochen lässt sich in den meisten Fällen nichts erreichen. Und, besonders wichtig: Damit es zu einem Kauf kommt, müssen alle Stationen in der richtigen Reihenfolge durchlaufen werden. Wird eine Station übersprungen, stoßen Sie unweigerlich auf Widerstände und riskieren den Abbruch des Dialogs. Denn in jeder Phase spricht ein potenzieller Kunde nur auf ganz bestimmte Impulse an. Es zahlt sich also aus, sicherzustellen, dass jeweils die genau richtigen Impulse gesendet werden.

Dieser Beitrag ist der Beginn einer Serie, die sich speziell mit der Vermarktung von erklärungsbedürftigen Produkten und Dienstleistungen beschäftigt. In den nächsten Ausgaben finden Sie weitere Hinweise zur Umsetzung und konkrete Beispiele aus der Praxis. ❑

Kostenloses Booklet

Auf der MONITOR-Website steht für Sie vom Autor dieses Beitrags ein 50-seitiges Booklet zum kostenlosen Download bereit. Erwin Matys hat mehrere Dutzend persönliche Interviews mit Geschäftsführern, Marketing- und Vertriebsleitern geführt, um den Inhalt mit spannenden Echtfällen zu untermauern. Das Booklet enthält viele Beispiele aus den Interviews, eine Beschreibung der Vorgangsweise erfolgreicher Unternehmen sowie Praxistipps zur konkreten Umsetzung.
www.monitor.co.at/matys

E-Payment für alle: Flexible Lösungen vom Marktführer

Die Kosten für professionelle Abwicklung von E-Payments in Webshops werden von vielen Unternehmen überschätzt, der Nutzen hingegen unterschätzt.

„Tatsächlich kostet eine Zahlungsabwicklung für den Webshop im Jahr weniger als ein paar Quadratmeter Verkaufsfläche in guter Lage im Monat", erklärt Roland Toch, Vorsitzender der Geschäftsführung von Qenta, Österreichs führendem Payment Service Provider.

Payment Service Provider (PSPs) sind spezialisierte Dienstleister für die Zahlungsabwicklung im Internet. „Produkte von Qenta sind vergleichbar mit Bankomat-Kassen aus dem Vor-Ort-Geschäft", unterstreicht Thomas Grabner, für den Verkauf verantwortlicher Geschäftsführer bei Qenta.

„Eine Auswahl aus mehr als 25 Zahlungsmittel, die einfache technische Anbindung, und Kosten ab zehn Euro monatlich ist unser Angebot für Unternehmen." Nach wie vor wird der Nutzen von komfortablen, automatischen E-Payment im Shop vielfach unterschätzt. Denn die Erwartungshaltung der Konsumenten steigt stark. Eine breite Zahlungsmittelauswahl im Webshop und Echtzeitabwicklung der Zahlungen ist mittlerweile unbedingt notwenig.

„Konsumenten werden zunehmend kritischer und fordernder. Kaum wer ist noch gewillt, per Vorkasse zu bezahlen. Nachnahme ist für Kunden ebenso nicht die bevorzugte Lösung, und Zahlung per Rechnung birgt Ausfallsrisiken und hohen Verwaltungsaufwand für Unternehmen", führt Toch aus.

Qenta bietet hier den idealen Ansatz. Von der Zahlungsabwicklung bis zur Verwaltungsoberfläche der Zahlungen und PCI-DSS-zertifizierter Infrastruktur bietet Qenta umfangreiche Lösungen für Unternehmen jeder Größe. „Zahlungsabwicklung ist eine ideale Outsourcing-Dienstleistung mit kostenseitigen Einsparungen von 90% und mehr. Besonders KMUs sollten sich aber vom Wort Outsourcing nicht abschrecken lassen - E-Payment ist für alle da und macht für alle Sinn", meint Grabner.

Wir informieren Sie gerne! Kontaktieren Sie uns per Telefon unter (0316) 81 36 81 oder verkauf@qenta.at

Mehr Informationen auch im Internet unter http://www.qenta.at

PROMOTION

Unified Communications verleiht VoIP Aufwind

Eine Studie von Berlecon Research bestätigt den großen Bedarf an Unified-Communications-Funktionalitäten in Unternehmen.

(Bild: stock.xchg)

Die Anbieter von Voice over IP (VoIP) und Unified Communications (UC) können hier noch erhebliche ungenutzte Potenziale aktivieren. Sie sind jedoch gefordert, die Bedenken der Unternehmen hinsichtlich Sicherheit und Administrierbarkeit auszuräumen. Laut der Studie zeichnet sich auch im VoIP- und UC-Markt eine Tendenz zu Managed Services ab.

Für die aktuelle Studie „VoIP und Unified Communications 2008" haben die Berliner Analysten 150 IKT-Entscheider in deutschen Unternehmen zu ihren Anforderungen und Plänen im Zusammenhang mit IP-basierten Kommunikationstechnologien befragt. „Die überwältigende Mehrheit der CIOs hält die Integration verschiedener Kommunikationskanäle und deren Einbindung in Office-Anwendungen in ihrem Unternehmen für sinnvoll. Drei Viertel der Befragungsteilnehmer sehen in diesen UC-Funktionalitäten einen wichtigen Wertbeitrag für ihr Unternehmen", erläutert der Berlecon-Analyst Philipp Bohn.

Darüber hinaus wünschen sich die Unternehmen eine bessere Unterstützung mobiler Mitarbeiter durch Unified Communications. Hier spielen vor allem Find-Me-Follow-Me- und One-Number-Funktionen, die eine automatische Weiterleitung von Anrufen zum aktuell genutzten Endgerät gewährleisten, eine wichtige Rolle.

Philipp Bohn: „VoIP ist die Grundvoraussetzung für Unified Communications, da ansonsten eine IKT-Integration unter technischen und wirtschaftlichen Gesichtspunkten nicht sinnvoll ist. Unsere Ergebnisse zeigen, dass wir von einer Sättigung des VoIP-Marktes noch weit entfernt sind und die Anbieter hier noch beachtliche ungenutzte Potenziale aktivieren können. Wir gehen davon aus, dass die offensichtliche Nachfrage nach Unified-Communications-Funktionalitäten dem Vertrieb von VoIP-Technologien einen kräftigen Schub verleihen wird."

Allerdings müssen die Anbieter das Thema Sicherheit stärker in den Mittelpunkt rücken. Denn mit den Vorteilen von UC, etwa der verbesserten Erreichbarkeit der Mitarbeiter und effizienteren Geschäftsprozessen, gehen nach Einschätzung der CIOs auch neue Sicherheitsrisiken einher. „Die Anbieter müssen klar kommunizieren, wie diese Herausforderung bewältigt werden kann. Denn Sicherheit und Administrierbarkeit sind für 90% der CIOs die zentralen Entscheidungskriterien bei der Auswahl einer VoIP- bzw. UC-Lösung", so Bohn.

www.berlecon.de

Sicherheitsmanagement:

Wer ist der Nächste?

Eine Umfrage der Innofact AG, die vom Bremer Sicherheitsspezialisten AMPEG unter IT-Sicherheitsverantwortlichen in Auftrag gegeben wurde, hat sich mit dem Thema Transparenz in der IT-Sicherheit beschäftigt und Optimierungspotenziale aufgedeckt. Demnach kann ein effektives Security Level Management IT-Verantwortlichen mehr Kontrolle über ihre Systeme geben.

Florian Hohenauer

AMPEGs Security Lighthouse verschafft Sicherheitsverantwortlichen auf einen Blick eine Übersicht über die Sicherheitssituation eines gesamten Unternehmens.

Zugegeben, vor allem IT-Verantwortliche in großen Unternehmen oder Behörden haben es heutzutage schwerer, sich einen Überblick über den Status ihrer Schutzsysteme zu verschaffen, als die Giganten aus der Bibel- und Sagenwelt. Die obgenannte Studie „IT-Sicherheit organisieren, kontrollieren" hat ergeben, dass fast zwei Drittel der befragten Unternehmen mit 1.000 bis 5.000 PC-Arbeitsplätzen IT-Sicherheitslösungen von mehr als drei Herstellern zum Schutz vor Viren, Spam & Co. im Einsatz haben. Je größer ein Unternehmens- oder Behördennetz, desto differenzierter ist das IT-Sicherheitskonzept.

Ziele ja, Prüfung kaum

An guten Vorsätzen mangelt es in keinem Unternehmen. Alle wollen ihre Daten schützen, definieren Security Policies und implementieren ein Spektrum verschiedenster Schutzlösungen. Lediglich knapp 4% der Befragten haben jedoch die Möglichkeit, permanent den Status der unternehmensweit installierten Sicherheitssysteme einzusehen. Eine Echtzeit-Analyse gehört noch nicht zum Standard: Durchschnittlich etwas mehr als 19 Stunden brauchen die befragten Unternehmen, um Aussagen über das aktuelle Security Level treffen zu können, d. h. um die Informationen aus den verteilten Sicherheitslösungen zu sammeln und aussagekräftig aufzubereiten. Lücken im System, die immer wieder entstehen können - beispielsweise wenn ein Verteilserver das aktuelle Virenpattern nicht ausliefert - werden oft erst mit erheblicher Verspätung entdeckt. Der hohe Aufwand je Überprüfung kann ein Grund dafür sein, dass in etwa 40% der befragten Unternehmen kein kontinuierlicher Abgleich von Zielen und tatsächlicher Leistung der Schutzsysteme vorgesehen ist. Doch ohne regelmäßigen Zielabgleich ist es schwer, IT-Sicherheit zu steuern und kontinuierlich zu verbessern.

Die Definition eines unternehmensspezifischen „Security Levels" und dessen permanente Überwachung bringen wertvolle Aspekte der Messbarkeit und Transparenz in die IT-Sicherheit. Ein Security Level besteht aus einer individuellen Sammlung konkreter, messbarer Grenz- und Schwellenwerte, die aus abstrakten Security Policies abgeleitet werden.

Ein Beispiel: Übergeordnete Ziele, wie „Wir wollen unterbrechungsfrei arbeiten", müssen in operative Ziele, wie „Die geschäftskritischen Systeme an unseren österreichischen Standorten müssen innerhalb von vier Stunden nach Erscheinen der aktuellen Signatur auf dem neuesten Stand sein", heruntergebrochen werden, um messbar zu sein. Es muss gelingen, die Zielerreichung zeitnah zu überprüfen. Die bereits genannten 19 Stunden sind für ein effizientes Security Level Management zu lang. Gefragt sind für diese Aufgabe herstellerübergreifend arbeitende Monitoring- und Reporting-Lösungen, die permanent einen detailgenauen Überblick über den Sicherheitsstatus im Unternehmensnetzwerk, auch über viele Standorte hinweg, liefern können.

Ein Beispiel dafür ist das „AMPEG Security Lighthouse" (ASL). Hier können spezifische Grenz- und Schwellenwerte für alle laufenden Sicherheitsanwendungen definiert werden. Mit Ampelfarben zeigt die Software im laufenden Betrieb unter anderem den Sicherheitsstatus im Netzwerk bezogen auf Kontinente, Regionen oder auch heruntergebrochen auf einzelne Standorte auf. Die Software kann Security Managern und Officern als technische Grundlage für ein effizientes Security Level Management dienen.

Weitere Informationen unter:
www.security-lighthouse.de

Florian Hohenauer ist freier Autor in München

md-office md-service md-immo md-timeco md-sales md-dispo
mobil data - IT & Kommunikationslösungen GmbH
Franzosengraben 12/4/A
A-1030 Wien
t: +43-1-587 57 63-0
e: office@mobil-data.at
i: www.mobil-data.at
mobil-data
specialist in mobile working

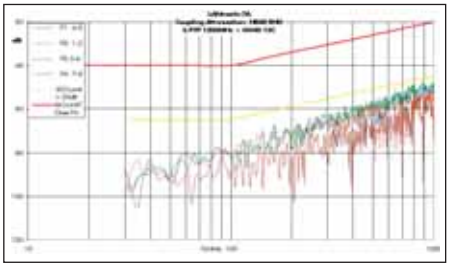
Höherwertige Verkabelung schafft Mehrwert

Wer heute auf 10 GBit-Ethernet mit Kategorie 6a-Verkabelung setzt, verzichtet auf Innovationssicherheit und eine mögliche Reduktion der Energiekosten.

Kategorie 7a-konform: überarbeitete GG45-Version

Die Entwicklung bleibt nicht stehen: Mit Kategorie 7a steht inzwischen eine Verkabelung zur Verfügung, die eine Bandbreite von 1.000 MHz unterstützt. Trotzdem besteht beim Einsatz von 10 Gbit-Ethernet immer noch viel Unsicherheit über die Notwendigkeit einer Kategorie 7- oder 7a-Verkabelung, meint man doch mit einer Verkabelung nach Kategorie 6 oder 6a das Auslangen zu finden.

Doch die Anforderungen an die Verlässlichkeit und Performance einer IT-Infrastruktur reizen die Fähigkeiten herkömmlicher Kategorie 6- oder 6a-Verkabelungen schon jetzt aus. Wie ist es dann aber erst um zukünftige Entwicklungen bestellt?



Das Diagramm zeigt die große Reserve der neuen GG45-Steckverbinder von Nexans (rote Linie = ISO Limit; gelbe Linie = ISO Limit +25dB)

Dabei muss man gar nicht erst an neue Standards wie 100 GBit-Ethernet denken: Entwicklungen wie zum Beispiel der Transport von Fiber Channel Frames über Ethernet-Netzwerke, der sich derzeit im Standardisierungsprozess befindet (FEoC - Fiber Channel over Ethernet), lassen sich nur mehr über eine zeitgemäße Verkabelung realisieren. Erst dann kann man von dieser Infrastrukturvereinfachung und Kosteneinsparung profitieren.

Außerdem wird durch das im Vergleich zu Kategorie 7/7a deutlich schlechtere Dämpfung-Nebensprech-Verhältnis (ACR) bei Kategorie 6/6a ein großer Teil der Rechenleistung aktiver Komponenten für die Beseitigung von Echo-, NEXT- und FEXT-Fehlern benötigt. Laut Experten wird in größeren Rechenzentren dadurch der Stromverbrauch um bis zu 40% in die Höhe getrieben.

Doch genauso wichtig ist, dass nicht nur die Kabel, sondern auch die Steckverbinder für die Zukunft gerüstet sind. Verkabelungsspezialist Nexans hat beispielsweise seine GG45-Steckverbinder bereits für Kategorie 7a normiert!

Mehr zu diesem Thema erfahren Sie bei KSI. Reden Sie mit uns, fordern Sie Unterlagen an oder besuchen Sie eines unserer Informationsseminare!

KSI

Kontakt-Systeme Inter Ges.m.b.H.
A-1230 Wien, Richard-Strauss-Str. 39
Tel.: +43/(0)1/61096-0
E-Mail: ksi@ksi.at
www.ksi.at

PROMOTION

„Grünes" NAS

Appliance plus Speicher-Array (SAS/SATA) und Software verspricht „grüne" Storage-Lösung für KMU.

Neues Speicher-Array von Nexsan

Damit reagiert Nexsan auf die Entwicklung, dass Kunden aus diesem Segment verstärkt umweltfreundliche Storage-Lösungen fordern, die Produkten der Enterprise-Klasse in puncto Leistung und Verfügbarkeit in nichts nachstehen. The Edge ist für den Einsatz in Unternehmen geeignet, die tagtäglich ein hohes Datenvolumen bewegen. Anwendungsgebiete finden sich unter anderem im Gesundheitswesen oder im Rich-Media-Umfeld.

Es handelt sich um ein direkt einsetzbares Komplettsystem, dass sich aus der NAS Gateway Appliance, festplattenbasiertem Speicher sowie der Microsoft Windows Unified Data Storage Server Software zusammensetzt und vollständig vorinstalliert- und konfiguriert ausgeliefert wird.

Kunden können zwischen Nexsans SASBoy, SATABoy oder SATABeast-Arrays wählen und diese ihren individuellen Anforderungen entsprechend bedarfsgerecht kombinieren. Abhängig von der Ausstattung bietet ein System (neun Höheneinheiten) bis zu 84 Terabyte Speicher und damit gegenüber vergleichbaren Lösungen die doppelte Dichte. Blockorientierte (iSCSI) Dienste werden ebenso unterstützt wie dateiorientierte Kommunikationsprotokolle (CIFS und NFS).

Die dem MAID (Massive Array of Idle Disks) 2.0-Konzept folgende energiesparende AutoMAID-Technologie ist standardmäßig und ohne Aufpreis integraler Bestandteil der Komplettlösung. Sie sorgt für eine intelligente Steuerung des Energieverbrauchs: Je nach Einstellung schalten sich die Festplattenlaufwerke nach einem vorab festgelegten Zeitraum, in dem es zu keinen Zugriffen kommt, automatisch in einen der drei Stromsparmodi. Laut Hersteller lässt sich aufgrund der individuellen Einstellungsmöglichkeiten der Energieverbrauch deutlich senken, ohne dass dies zu Lasten der Anwendungsleistung oder der Verfügbarkeit geht.

www.nexsan.com

4. mobile working day

Mobil-data lädt am 14. Oktober zum mobile working day. Die diesjährige Veranstaltung steht unter dem Motto „Beflügeln Sie Ihre Prozesse".

Der mobile working day findet heuer bereits zum vierten Mal statt. Veranstaltungsort ist das EURO PLAZA Conference Center am Wienerberg. Bei vorangegangenen Veranstaltungen gab es Besucherzuwachsraten im zweistelligen Bereich, mit großem Interesse darf also auch 2008 gerechnet werden. Zielgruppe sind Geschäftsführer und Entscheidungsträger aus den Bereichen IT, Telekommunikation, Marketing, Logistik sowie Organisation.

Mobility-Experten vermitteln in zahlreichen Fachvorträgen, Workshops und bei Messeständen kostenlos gebündelte Informationen zur Workflow-Optimierung. Vor Ort vertreten sind unter anderem die Partner A1, Confare, F-Secure, Inform, Your Office, KABA, Microsoft, Motorola, Nokia, RIM, Sybase, Sparx Systems, t+t netcom vertreten.

Bei Kaffee und Kuchen werden Kontakte geknüpft, Erfahrungen ausgetauscht sowie die neuesten Markt-Entwicklungen erörtert. Ein Slot-Car-Rennen ermöglicht den Besuchern, ihr mobiles Fingerspitzengefühl unter Beweis zu stellen. Dem Gewinner winkt ein Rundflug über Wien und das Burgenland.

Anmeldungen unter www.mobil-data.at

Lädt auch heuer wieder zum mobile working day: mobil-data Geschäftsführer **Thomas Gruber**

Veranstaltung: Security Campus

Triple AcceSSS IT lädt am 18. September wieder zum Security Campus in Wien ein.

Wie auch schon in den vergangenen Jahren werden renommierte IT-Spezialisten in lösungsorientierten Vorträge über aktuellen Security-Herausforderungen referieren. Darunter auch Raimund Genes, CTO bei Trend Micro. Der Bogen spannt sich von Themen wie WAN-Optimierung, Verschlüsselung, High Performance Networking über Datenklassifizierung und Data Leakage Prevention bis zu Web Threads. Zugleich findet eine Hausmesse statt, bei der es die Möglichkeit gibt, mit Vertretern der Hersteller in Kontakt zu treten.

Vortragsthemen und Vortragende (Stand bei Redaktionsschluss):

- Die Kunst der Infiltrierung - Raimund Genes, CTO Trend Micro
- Auf Wolke 7- In-the-Cloud Technologie für den Mittelstand - Hans Batik, Trend Micro
- Der unvorsichtige Mitarbeiter: Die Achillessehne Ihrer Informationssicherheit? - DI Andreas Philipp, Utimaco
- Process Or Product? Views On Data-Centric Security - Malte Pollmann, Utimaco
- Single Sign-on: Mit einer Anmeldung sicher durch den Arbeitstag - DInf Dirk Losse, ActivIdentity
- Remote Users are Demanding - Nigel Hawthorn, Blue Coat
- Alle Wege führen zu IPAM: die fünf Säulen für intelligentes IP-Adressen-Management - Sven Blasius, BlueCat Networks

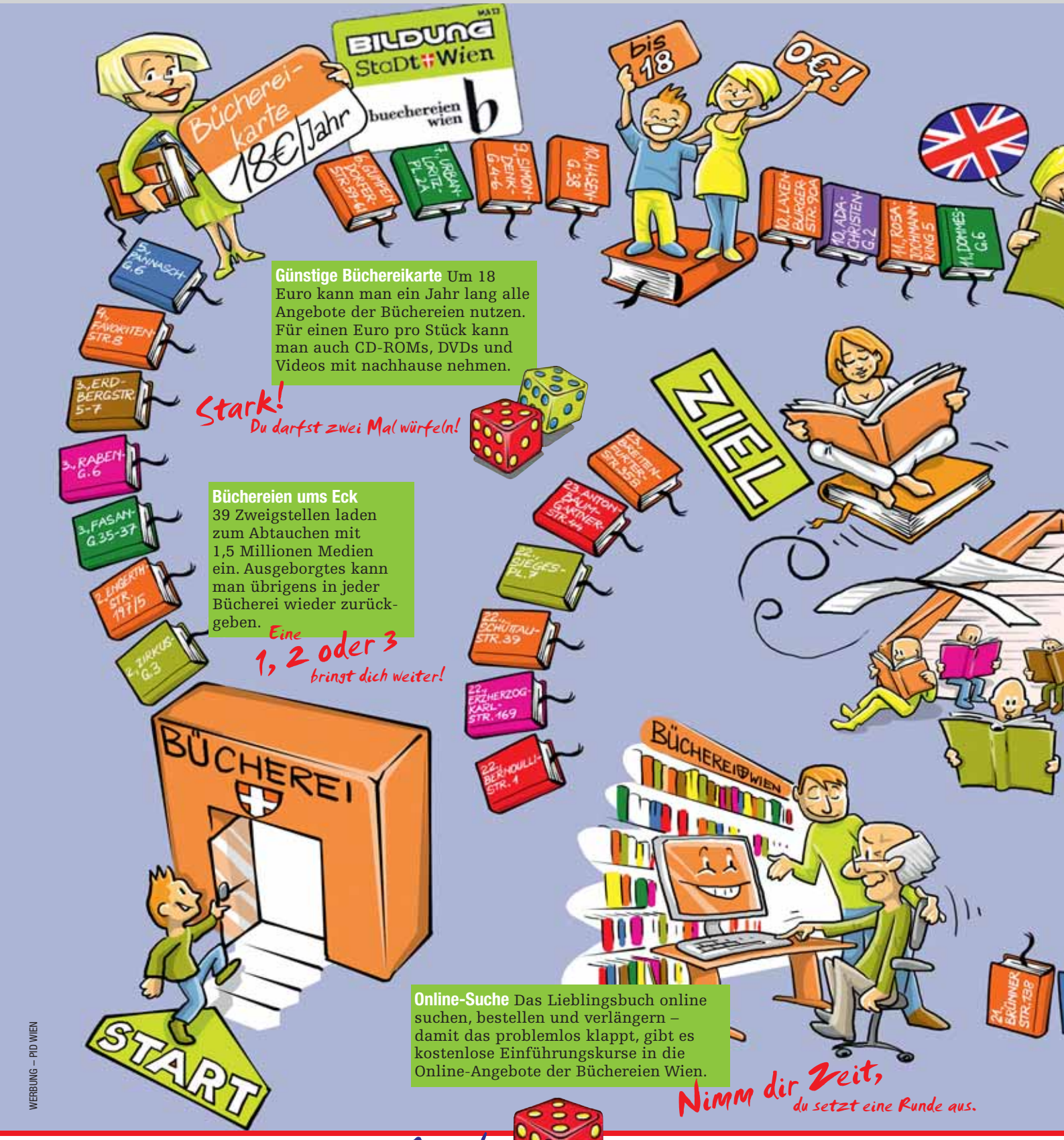
Erstmalig werden in diesem Jahr tagsüber drei Vortragssäle gleichzeitig geöffnet sein, um die Möglichkeit zu geben, aus dem breiten Themenspektrum frei zu wählen und so diesen Tag optimal planen zu können.

Datum: Donnerstag, 18. September 2008
Uhrzeit: 9:00 - 18:00, anschließend Abendveranstaltung
Ort: MpEC - Millenium Event Center, Handelskai 94-96, 1200 Wien
www.3xs-it.com

ARP
IT for your business
NOTEBOOKS...

...clever suchen und vergleichen:
Virtueller Produktberater im Online Shop
www.arp.com
Heute bestellt – Morgen geliefert. **Testen Sie uns!**
ARP DATACON GmbH, IZ-NÖ Süd, Str. 16, Obj. 69/9, 2355 Wr. Neudorf, Telefon 02236 683 100

Wien hat das buchstäbliche Mehr.



Günstige Büchereikarte Um 18 Euro kann man ein Jahr lang alle Angebote der Büchereien nutzen. Für einen Euro pro Stück kann man auch CD-ROMs, DVDs und Videos mit nachhause nehmen.

Stark! Du darfst zwei Mal würfeln!

Büchereien ums Eck 39 Zweigstellen laden zum Abtauchen mit 1,5 Millionen Medien ein. Ausgeborgtes kann man übrigens in jeder Bücherei wieder zurückgeben.

Eine **1, 2 oder 3** bringt dich weiter!

Online-Suche Das Lieblingsbuch online suchen, bestellen und verlängern – damit das problemlos klappt, gibt es kostenlose Einführungskurse in die Online-Angebote der Büchereien Wien.

Nimm dir Zeit, du setzt eine Runde aus.

So funktioniert das Spiel:

Beliebige Figuren verwenden, würfeln – und wer am schnellsten ins Ziel kommt, gewinnt.

WERBUNG – PID WIEN

Und Spiel & Spaß in 40 Büchereien

Bücherbus Mehr als zwanzig Stationen innerhalb des Stadtgebietes, die wöchentlich angefahren werden. Schwerpunkt: Kinder- und Jugendliteratur. Am Vormittag werden Schulen angefahren.

Büchereien sprechen viele Sprachen Lesungen, Bastelstunden, Führungen, Medien – all das gibt es in unterschiedlichen Sprachen. Ab November: Deutsch-Workshops für Kinder in Zusammenarbeit mit den Volkshochschulen.

Ungerade Zahl heißt ein Mal aussetzen!

Lese-Ort zum Wohlfühlen Die Hauptbücherei am Gürtel bietet gemütliche Leseecken mit Aussicht, 275.000 Bücher, 57.300 AV-Medien, Zeitungen & Zeitschriften, 80 PC-Plätze sowie 40 Audio- und Videoplätze. Außerdem eine 2.000 m² große Terrasse mit Sitzbänken.
www.buechereien.wien.at

Musikschulen Beim CD-Hören Lust auf Musik bekommen? Die Musikschulen mit 67 Standorten helfen weiter.

Rücke 2 Felder vor!

Planet Kirango für Kinder In jeder Bücherei ist ein eigener Bereich für Kinder bis zwölf Jahre reserviert. Dort finden sie alles: vom Bilderbuch bis zur Lern-DVD. Tipps zur Vorauswahl gibt's unter **www.kirango.at**

Jetzt brauchst du eine Sechs!

Glück gehabt: Der Lesofant bringt dich gleich ans Ziel.

Illustration: Markus Murlasits

StaDt Wien
Wien ist anders.

Qual der Wahl: IT-Lehrling oder HTL-Besuch?

Sich mit 14 Jahren für den Beruf zu entscheiden - ganz schön schwierig. Wir haben uns angesehen, wie das Ausbildungs-Angebot für IT-interessierte Teenager aussieht. Der Besuch einer HTL oder eine IT-Lehrlingsausbildung stehen zur Wahl. Fest steht: IT-Unternehmen suchen im Moment händeringend nach guten IT-Fachkräften. Die Jobchancen sind somit mehr als hervorragend.

Christine Wahlmüller

250 Lehrlinge feierten bei der Lehrlingsgala Anfang Februar bei der TA den erfolgreichen Abschluss ihrer Ausbildung (Bild: TA)

Einer der Pioniere in der Lehrlingsausbildung ist zweifellos Siemens: Seit 1921 werden technische Lehrlinge ausgebildet. Zur Zeit sind das immerhin rund 750 konzernweit und ca. 350 für die Siemens AG im Jahr, berichtet Walter Krippl, österreichweit für die Lehrlingsausbildung verantwortlich. Neben dem Informationstechnologie-Techniker werden auch Elektroenergie-Techniker und Elektronik-Lehrlinge ausgebildet.

„Computer und Computer-Know-how ist in allen drei Bereichen inzwischen wichtig geworden, in jedem Gerät ist irgendwo bereits ein Computer integriert", betont Krippl. Auch alle kaufmännischen Lehrlinge bei Siemens machen übrigens bei ihrer Ausbildung den europäischen „Computerführerschein" (ECDL). „Wir bekommen jährlich rund 700 bis 800 Bewerbungen im technischen Bereich, davon werden rund 200 ausgesucht", erzählt Krippl und hat auch noch eine weitere, interessante Zahl parat: „Heuer haben sich immerhin 35 Mädchen beworben."

Seit gut 30 Jahren werden übrigens auch weibliche technische Lehrlinge bei Siemens ausgebildet, insgesamt 170 Mädchen haben seither ihre technische Lehre bei Siemens abgeschlossen - das bedeutet im Schnitt sechs Mädchen pro Jahrgang. „Wir hätten wirklich gerne mehr Mädchen, aber leider bewerben sich einfach zu wenige", bedauert Krippl.

Neben der größten Wiener Lehrwerkstätte gibt es auch solche in Linz, Innsbruck und Graz. In Wien-Floridsdort am Siemensgelände, derzeit im Bau 14, wird den Lehrlingen in der modernst ausgestatteten Lehrwerkstätte viel praktisches Wissen vermittelt.

Hier heißt es, z. B. im Maschinenraum oder in Labors, aber auch in einem speziell ausgestatteten Computer-Lehrsaal üben, üben und nochmals üben. Gleichzeitig wird aber auch viel grundlegendes theoretisches Wissen vermittelt. Außerdem müssen die Technik-Lehrlinge natürlich auch die Berufsschule besuchen. Alle Informationstechnologie-Techniker-Lehrlinge in Wien gehen in die Berufsschule für IT (Mollardgasse und Apollogasse).

Der große Vorteil bei der Lehrlingsausbildung allgemein - darum werden Lehrlinge auch von vielen Schülern beneidet - ist das eigene Einkommen: Die Lehrlingsentschädigung beträgt im ersten Lehrjahr 484 Euro, im zweiten 644, im dritten 877 und im vierten Lehrjahr 1.177 Euro. Arbeits- und Sportbekleidung wird den Lehrlingen bei Siemens kostenlos zur Verfügung gestellt. Außerdem bezahlt das Unternehmen den Lehrlingen Sport- und Seminarwochen jedes Jahr.

Mathe, Deutsch, Englisch: Mängel

Seit letztem Jahr wird auch die Möglichkeit „Lehre mit Matura" angeboten. „Wir stehen da aber erst am Beginn", weiß Walter Krippl, „das Wissen und Interesse dafür ist bei den Bewerbern auch noch sehr gering". Unzufrieden sind die Lehrlingsverantwortlichen mit dem schulischen Bildungsniveau der potenziellen neuen Lehrlinge. „Mathematik wird überhaupt nicht mehr gepflegt, ohne Rechner sind die junge Leute hilflos. In Englisch gibt es großen Nachholbedarf und die deutsche Rechtschreibung muss auch noch verbessert werden", betont Gottfried Neuhuber, Koordinator und Ausbilder der Wiener Lehrwerkstätte.

Ein Problem sei nach wie vor das schlechte Image des Lehrlings in der Gesellschaft. „Es herrscht die Sichtweise, auch bei den Eltern: Er hat überall versagt, jetzt muss er eine Lehre machen", berichtet Neuhuber über seine Erfahrungen. Dabei sind die Job- und Karrierechancen für die Lehrlinge sehr gut. Viele ehemalige Lehrlinge sind später im mittleren Management gelandet oder haben es gar bis zum Führungskreis geschafft. Es kommt „auf einen selbst an, was man aus der Lehre macht", meinen Krippl und Neuhuber, die genau wissen, wovon sie

sprechen. Beide haben als Lehrlinge bei Siemens ihre Berufslaufbahn gestartet.

Politische Förder-Aktionen

Die Politik setzt sich jetzt vermehrt dafür ein, dass mehr Lehrlinge ausgebildet werden können. So wurden seit einigen Jahren gezielte Förder-Aktionen gestartet.

Mit dem sogenannten Blum-Bonus, der 2005 eingeführt wurde, werden Unternehmen finanziell unterstützt, die zusätzliche Lehrlinge ausbilden. Hat ein Unternehmen bisher etwa drei Lehrlinge ausgebildet und stockt auf vier Lehrlinge auf, wird diese vierte Lehrstelle durch den Blum-Bonus gefördert. Mit 1. Juli 2008 wurde der Blum-Bonus novelliert. Speziell für Lehrbetriebe, die erstmals oder nach drei Jahren Unterbrechung wieder Lehrlinge ausbilden, gibt es spezielle Prämien.

Trotz aller Fördermaßnahmen stieg die Zahl der Lehrlinge insgesamt österreichweit im Jahr 2006 nur um 2,3% auf 5.873. „Am Lehrstellenmarkt hat sich trotz Blum-Bonus, Hochkonjunktur und angeblichem Facharbeitermangel die Krise weiter verschärft", kritisiert die AK NÖ in einer Analyse der Effekte des Blum-Bonus. Im Klartext: Weitaus mehr junge Menschen sind auf der Suche nach einer Lehrstelle bzw. stehen ohne Arbeit da.

HTL Spengergasse (Bild: Wikipedia)

IT an der Berufsschule

Konträr zum allgemeinen Lehrstellenmarkt hat sich die Sparte IT in den letzten Jahren starken Zulaufs erfreut. Einerseits ist das Interesse für eine IT-Lehrstelle sehr hoch, denn „Computer gehören für viele junge Leute zum Leben dazu, da ist das Image im Moment sehr gut", weiß Fritz Hainz, zuständiger Berufsschulinspektor für die Berufsschule für IT in Wien (www.bsit.at 1060 Wien, Mollardgasse und 1070 Wien, Apollogasse). Andererseits werden bei allen großen Unternehmen, wie etwa ÖBB, Wiener Stadtwerke, Telekom Austria oder Siemens, immer mehr IT-Fachkräfte benötigt. Die gute Konjunktur hat weiter dazu beigetragen, dass die IT-Lehrlingsausbildung in Wien so stark angezogen hat. Ihre Zahl ist in den letzten Jahren kontinuierlich angestiegen: Im vergangenen Schuljahr 2007/08 besuchten bereits 1.200 Lehrlinge die Wiener IT-Berufsschule. Diese Zahl hat sich erst in den letzten Jahren von 600 auf jetzt 1.200 Teenager verdoppelt.

Berufsschule Wien Mollardgasse

„Die Tendenz ist noch steigend, daher haben wir jetzt im Moment einen zweiten Standort in der Apollogasse eingerichtet", sagt Hainz. Derzeit sind rund 50 Lehrer für

IT-Berufsausbildung im Detail

Start als IT-Lehrling

Voraussetzung dafür ist eine IT-Lehrstelle in einem Unternehmen. Folgende IT-Lehrberufe werden zur Zeit angeboten: EDV-Systemstechnik, IT-Informatik, IT-Technik, Kommunikationstechnik (Spezialisierung: Audio- und Videoelektronik, EDV und Telekommunikation, Nachrichtenelektronik), Medienfachmann/-frau (Spezialisierung: Marktkommunikation und Werbung, Mediendesign, Medientechnik).

Vorteil: Eigenes Einkommen (Lehrlingsentschädigung) ab dem ersten Lehrjahr von rund 500 Euro, das in den Folgejahren ansteigt. Ab dem Herbst 2008 können alle Lehrlinge auch eine Lehre plus Matura wählen.

Das soll den Nachteil des Ausstieg aus der „höheren Weiterbildung" und das schlechtere Image gegenüber Maturanten bzw. HTL-Absolventen ausgleichen. Die Ausbildung dauert in der Regel dreieinhalb Jahre. Größte Ausbildende Unternehmen in Österreich in puncto IT-Lehrlinge sind die Telekom Austria und Siemens Österreich. Neben der Ausbildung im Unternehmen ist auch der Besuch der Berufsschule verpflichtend. In Wien werden alle IT-Lehrlinge an der Berufsschule für IT (www.bsit.at Mollardgasse, 1060 Wien und Apollogasse, 1070 Wien) ausgebildet. Weitere Schulen in ganz Österreich unter www.berufsschule.at

An der HTL

Voraussetzung ist der erfolgreiche Abschluss der achten Schulstufe. Schüler eines Gymnasiums oder der ersten Leistungsgruppen einer Hauptschule müssen keine Aufnahmeprüfung machen, sondern sich nur rechtzeitig anmelden. Sofern genügend Schulplätze vorhanden, steht einer erfolgreichen Aufnahme dann nichts im Wege.

Die Ausbildung dauert fünf Jahre und schließt mit Reife- und Diplomprüfung ab. Renommiert ist die HTL Spengergasse in Wien-Margareten, die heuer im Herbst übrigens ihren 250. Geburtstag feiert. Sie ist mit rund 950 Schülern (inkl. Abendschule) auch die größte IT-HTL des Landes. Spengergasse-Absolventen sind bei Unternehmen nach wie vor heiß begehrt. www.spengergasse.at.

Weitere Schulen in ganz Österreich unter www.bmukk.gv.at/schulen und www.htl.at

An der Fachschule

Die (immer seltener gewählten) vierjährigen Fachschulen (9. bis 12. Schulstufe) bieten praktisch eine „Schmalspur-Ausbildung" ohne Matura. Eine einfache Abschlussprüfung beendet diese Ausbildungsform. Über zweijährige Aufbaulehrgänge kann dann die Matura nachgeholt werden.

die Ausbildung der Wiener IT-Lehrlinge verantwortlich. „Wir würden uns wünschen, dass es mit dem Sponsoring noch etwas besser klappt, eine bessere Ausstattung mit Hard- und Software würde viel helfen“, klagt der Berufsschulinspektor. Er spart auch nicht mit Kritik an den Lehrlingen. „Es ist keine leichte Aufgabe, die Jugendlichen zu unterrichten, da hapert es schon vielfach an Motivation und Sozialverhalten.“ Andere Lehrlinge machen begeistert bei Projekten mit, wie z. B. Lehrlinge der Telekom Austria, die im Zuge von „Seniorkom“ älteren Menschen, die an die Schule kommen, EDV- und Internet-Anwenderkenntnisse vermitteln.

TA baut auf Lehrlinge

Die Telekom Austria (TA) hat vor einem Jahr eine Lehrlingsausbildungs-Initiative gestartet. Im Herbst 2007 wurden 100 Lehrlinge aufgenommen, jetzt im Herbst starten weitere 100 neue Lehrlinge. 2006 waren es mit 47 nur knapp die Hälfte, und in den Jahren zuvor rund 30 Lehrlinge pro Jahr. Heuer gab es laut Auskunft der Telekom Austria 800 Bewerber für die 100 Plätze. Jetzt im September starten die 100 ausgewählten Teenager ihre 3,5-jährige Ausbildung an den beiden Standorten in Wien und Graz.

Die angehenden Kommunikationstechniker etwa erhalten nach dem ersten „Basis-Jahr“ ein intensives „Training on the Job“ - keine Rede von Wurstsemmeln holen oder pausenlosen „Hilfsarbeiter“-Einsätzen. Dann ist Spezialisierung angesagt - nach eigenem Interesse und Know-how. Wichtiger Bestandteil der Ausbildung ist ein internationales Austauschprogramm mit Telekommunikationsunternehmen. Nach dem erfolgreichen Abschluss ihrer Ausbildung (Lehrabschlussprüfung) werden alle TA-Lehrlinge in die Unternehmensfachbereiche übernommen.

Zusätzlich zur Ausbildung zum Kommunikationstechniker bietet die TA 2008 erstmals auch eine Ausbildung zum Einzelhandelskaufmann mit Schwerpunkt Telekommunikation an. Der neue Lehrberuf fokussiert eine Laufbahn im Vertrieb, die Lehrlinge werden auch in den TA-Shops eingesetzt. Thematische Schwerpunkte im Bereich Einkauf und Logistik und im Bereich Rechnungswesen stehen im Ausbildungsprogramm.

Um das Lehrlingsimage etwas aufzupolieren, um die jungen Leute auch für ihren Erfolg zu belohnen und um schließlich eine IKT-Ausbildungsplattform zu schaffen, lud die TA im Februar die Wiener IT-Berufsschule ein, ihren 250 Absolventen ihre Diplome und Abschlusszeugnisse bei der TA zu überreichen. Ein Sponsor für die „Lehrlingsgala“ 2009 wurde bereits gefunden: Die IKT-Absolventen des Jahres 2009 dürfen bei der ÖBB ihren Abschluss feiern.

Auch andere Unternehmen setzen auf IT in der Lehrlingsausbildung. So werden bei Niedermeyer etwa EDV-Kaufleute ausgebildet. Auch T-Mobile setzt für die Shop-Betreuung auf den Schwerpunkt „Telekommunikation“ in der Lehre zum Einzelhandelskaufmann. Anfang August starteten fünf Lehrlinge ihre Ausbildung in T-Mobile-Shops in Kärnten.

Beliebte IT-HTLs

Die Zahl der HTL-Schüler in Österreich im IKT-Bereich übersteigt bei weitem die Zahl ihrer Kollegen, die sich für eine IKT-Lehre entscheiden: Rund 11.500 Schüler besuchten im Schuljahr 2006/07 österreichweit die

IT-Lehrlinge im Siemens-Computer-Lehrsaal

44 HTLs, die in irgendeiner Form eine IT-Ausbildung anbieten (alle Zahlen laut Bildungsstatistik des BMUKK, Schuljahr 2006/07). Der Frauenanteil ist erschreckend niedrig: Er lag bei mageren 8,5% (979) - und das trotz aller Initativen, die Frauen eine Ausbildung im technischen oder IT-Bereich schmackhaft machen wollen. Etwa ein Viertel aller Schüler schafft es bis zur Matura: Knapp 3.000 HTL-IT-Absolventen gab es in besagtem Schuljahr, bei kaum verändertem Frauenanteil (9%).

Größte IT-HTL des Landes ist die renommierte HTL in der Spengergasse in Wien-Margareten. Sie bildet derzeit rund 800 IT-Schüler aus. Ebenfalls über 500 Schüler haben noch die HTLs Donaustadt (Wien 22), Graz-Gösting, Wiener Neustadt, Leonding, St. Pölten sowie das TGM (Wien 20). Die berufsbildenden höheren IT-Ausbildungsstätten erfreuen sich seit Jahren einer konstant gleichbleibenden Beliebtheit. Ihre Absolventen werden einerseits von der Wirtschaft mit Handkuss eingestellt, andererseits ist die HTL auch ein feines Sprungbrett, um an Uni oder FH das Wissen noch zu erweitern.

Geschlecht	Burgenland	Kärnten	Niederösterr.	Oberösterr.	Salzburg	Steiermark	Tirol	Vorarlberg	Wien	Österreich
Schulen (HTL im IKT-Bereich)	1	3	8	11	3	5	2	2	9	**44**
Zahl der Schüler an HTLs im IKT-Bereich (inkl. Sonderformen)										
männlich	423	836	2.065	1.998	319	1.169	391	305	3.014	**10.520**
weiblich	61	67	159	204	10	132	29	14	303	**979**
zusammen	484	903	2.224	2.202	329	1.301	420	319	3.317	**11.499**
Frauenanteil	13%	7%	7%	9%	3%	10%	7%	4%	9%	**9%**
darunter in den Maturaklassen										
männlich	114	213	596	484	108	348	156	100	692	**2.811**
weiblich	17	24	41	57	6	37	7	3	84	**276**
zusammen	131	237	637	541	114	385	163	103	776	**3.087**
Frauenanteil	13%	10%	6%	11%	5%	10%	4%	3%	11%	**9%**

Zahl der Schüler an HTLs im IKT-Bereich, Schuljahr 2006/07

Breites inhaltliches Angebot

Innerhalb der jeweiligen HTL ist das Angebot breit gefächert. Als Beispiel hier eine kurze Auflistung, was an der Wiener Spengergasse angeboten wird. Prinzipiell stellt die fünfjährige HTL für EDV und Organisation drei Ausbildungsschwerpunkte zur Wahl: kommerzielle Datenverarbeitung, Medientechnik und Medienwirtschaft sowie Netzwerktechnik. Daneben besteht die Möglichkeit, eine 3,5-jährige Fachschule für IT mit Betriebspraktikum zu besuchen. Die Abschlussprüfung der Fachschule ist dann einem Lehrabschluss als EDV-Techniker gleich zu setzen. Fachschul-Absolventen können sich nach erfolgreichem Abschluss auch für einen viersemestrigen Aufbaulehrgang entscheiden, der zu einer mit der fünfjährigen HTL gleichwertigen Matura führt.

Für AHS-Maturanten wird ein viersemestriges Kolleg für EDV und Organisation angeboten. Eine achtsemestrige Abend-HTL für Informatik (berufsbegleitend) rundet das Angebot ab (sechs Semester für Maturanten). Es lohnt sich also, die einzelnen HTLs im persönlichen Umkreis genauestens auf ihr inhaltliches Angebot zu vergleichen - und dann entsprechend der eigenen Interessen und Berufsvorstellungen die passende Schule auszuwählen.

Die Ausbildung ist zwar hart und der Schultag lang, dafür sind die Job- und Karriere-Chancen gerade zurzeit absolut hervorragend. Nur ein Beispiel von vielen für einen HTL-Karriereverauf: TGM-Absolvent Matthias Altenriederer begann vor sechs Jahren bei T-Systems im Bereich Storage & Backup. Zusätzlich zu seinem eher wirtschaftlich orientierten Background absolvierte Altenriederer themenspezifische Fachkurse und profitierte einfach enorm durch „Learning By Doing". Seit Mai letzten Jahres ist Altenriederer Fachleader seines Bereiches. Die neue Aufgabe bringt eine größere Verantwortung für technische Abläufe mit sich: Altenriederer entwickelt Strategien, baut entsprechende Konzepte nach Kundenbedürfnissen und bewertet verschiedene Hersteller. Außerdem ist er erste Ansprechperson in der Abteilung. Derzeit hat er bereits die nächste Karrierestufe vor sich: Altenriederer nimmt am Teamleiter-Curriculum teil.

„Wir hätten wirklich gerne mehr Mädchen, aber leider bewerben sich einfach zu wenige." - **Walter Krippl**, Leiter Lehrlingsausbildung Siemens Österreich (Bild: Siemens)

Entscheidend ist in jedem Fall die Persönlichkeit und der Wille zum Lernen und Erfolg: Die Traum-Karriere ist sowohl für IT-Lehrlinge als auch als HTL-Absolventen möglich. Eine höhere Ausbildung ebnet allerdings den rascheren, leichteren Aufstieg auf der Karriereleiter. ❑

Von Wunderwesen und iPhones: Apple tanzt auf vielen Hochzeiten

Steve Jobs hat Apple auf den Wachstumspfad zurückgeführt. Zehn Jahre nach seiner Rückkehr an die Unternehmensspitze steht das Unternehmen so gesund da wie lange nicht - und glänzt mit Innovationen. Das neue iPhone 3G soll Geschäfts- und Privatkunden gleichermaßen ansprechen.

Arno Laxy

Am 9. Juni dieses Jahres verzauberte die Lichtgestalt wieder einmal die Massen. Dicht an dicht standen die Entwickler im überfüllten Moscone Kongresszentrum in San Francisco und lauschten dem Chefcharismatiker der IT-Szene - und jubelten. Dabei war das, was er verkündete nicht sonderlich berauschend: Steve Jobs, CEO von Apple, präsentierte das lang erwartete iPhone 3G, nun endlich auch mit UMTS-Unterstützung, sowie einen Ausblick auf das zukünftige Betriebssystem. Keine neuen Rechner, keine Reaktion auf die aktuelle Welle von Mini-PCs und auch sonst keine Wunderwesen, wie sie im Vorfeld der Apple-Entwicklerkonferenz die einschlägigen Gerüchteseiten vermutet hatten.

Doch eine Neuigkeit passte nicht so recht zur Jubelstimmung. Apple lässt die vor einem Jahr verkündete und seit dem offiziellen Start praktizierte Umsatzbeteiligung beim Verkauf des iPhones durch die Betreiber fallen und sattelt auf ein traditionelles Vertriebsmodell um. Bei diesem bestimmen die Netzbetreiber die Konditionen, zu denen sie die Geräte verkaufen. Allerdings hat Apple mit dem iPhone 2.0 auch die Gerätepreise halbiert, Business-Funktionen wie E-Mail-Push-Dienste über Microsoft Exchange-Server und GPS-Satellitennavigation eingebaut und ermöglicht es externen Entwicklern, Software für das Gerät zu entwickeln. Damit und mit der Ausweitung des Vertriebs auf 70 Länder bis zum Jahresende soll der Massenmarkt erreicht werden. Ob dies gelingt, ist offen. Der Aktienkurs ging angesichts dieser Nachrichten nicht nach oben, sondern sank sogar leicht und entfaltet seitdem bislang keine außerordentlichen Wachstumsfantasien.

Martkbeobachter und Analysten mögen den Strategiewechsel für die Vermarktung des iPhones kritisieren und sich über die sehr wenigen Neuerungen enttäuscht zeigen, auf bestehende und neue Kunden wirkt sich das (bisher) nicht aus.

Software für den Mac

Eines der Argumente gegen Macintosh-Rechner war früher die fehlende Kompatibilität mit der Windows-Welt und eine zu kleine Auswahl an Software. Das hat sich heute geändert.

Das aktuelle Apple-Betriebssystem 10.5 (Leopard) erlaubt den parallelen Betrieb von Windows-Betriebssystemen. Die noch relativ neue Office-Software von Microsoft ist endlich auch mit dem aktuellen Office-Paket der Windows-Welt kompatibel und bietet eine ausgereifte Integration in das Mac-Betriebssystem, auch wenn in manchen Bereichen die Synchronisation von MS-Entourage-Ereignissen und dem iCal-Kalender besser klappen könnte.

Apples eigene Office-Software, bestehend aus der Textverarbeitung Pages, dem Präsentationprogramm Keynote und der Tabellenkalkulation Numbers kommt im Vergleich zu den bekannteren Microsoft-Lösungen aufgeräumter daher, die Bedienerfreundlichkeit der MS-Produkte ist aber im Vergleich zur letzten Version deutlich gestiegen. Das bekannteste Datenbankprogramm für den Mac ist Filemaker, ein sehr komplexes und ausgereiftes Produkt, das sich in der aktuellen Version 9.0 bedienungsfreundlicher zeigt als in den Vorversionen. Vielleicht liegt das auch an der Einsteigerdatenbank Bento aus dem gleichen Hause, mit deutlich vermindertem Funktionsumfang was professionellere Anwendungen angeht, aber mit einer sehr einfachen und nachvollziehbaren Benutzerführung. Ein sehr hilfreiches Produkt für die tägliche Büroorganisation von Freiberuflern und kleinen Unternehmen ist die Software Small Office, die in der in Kürze verfügbaren Version 6.5 eine stark überarbeitete Benutzeroberfläche aufweist. Im Grafikbereich hat sich neben den bekannten Bildbearbeitungsprogrammen über die Jahre hinweg das Programm Graphic Converter etabliert, das für wenig Geld nicht nur alle erdenklichen Bildformate konvertiert, sondern auch vielfältige Funktionen zur Bildbearbeitung bietet.

Apple ist in

Von Quartal zu Quartal steigen die Umsatzzahlen auf neue Rekordhöhen - in einem Vierteljahr erwirtschaftet das Unternehmen mittlerweile mehr Umsatz als vor einiger Zeit noch im ganzen Jahr. Dementsprechend steigen die Marktanteile stetig. Das iPhone hat gleichsam aus dem Stand den dritten Platz im Markt für Smartphones mit einem Marktanteil von 5,3% erobert (hinter Nokia mit 45 und Research in Motion mit 13,4%, laut Gartner).

Angesichts des iPhone-Hypes ist der iPod schon fast gänzlich aus den Schlagzeilen geraten, ebenso das klassische Portfolio an Arbeitsplatzrechnern. Dabei verkauft sich der MP3-Spieler weiterhin sehr gut, hält weltweit Führungspositionen in diesem Markt und hat wesentlich dazu beigetragen, dass die Marke Apple heute weltweit wieder als der Trendsetter im IKT-Markt gesehen wird.

Im Zuge dessen steigen seit einigen Quartalen auch die Verkäufe der Mac-Rechner, insbesondere der Notebooks. In diesem Marktsegment sicherte sich die Apfel-Company im ersten Quartal 2008 4,6% vom Kuchen weltweit, die Verkäufe stiegen weit über Branchendurchschnitt um 61%, so das Marktforschungsinstitut NPD Group. Im gleichen Zeitraum stiegen die gesamten Rechnerverkäufe von Apple in den USA um ein Drittel (Marktwachstum 3%), wodurch der Marktanteil laut Gartner jetzt bei 6,6% liegt. Weltweit allerdings tauchte Apple in der Gartner- Liste nicht unter den - namentlich ausgewiesenen - fünf führenden Anbietern auf. Der Marktanteil bewegte sich also unter den von Toshiba erreichten 4,3%.

Leben in der „PC-Nische“

Diese Zahlen rücken die Erfolgsgeschichte der letzten Jahre, die den Wiederaufstieg von Apple markieren, ins rechte Licht. Denn allen Zahlenspielen zum Trotz bleibt Apple mit den aktuellen Marktanteilen im ursprünglichen PC-Geschäft nur ein Nischenanbieter. Als solcher ist das Unternehmen zwar attraktiv - selbst überzeugte Windows-Nutzer kaufen sich beispielsweise ein MacBook Air - aber bis zu einer wirklichen Größe im angestammten PC-Geschäft ist es noch ein weiter Weg.

Der iPod, der iTunes-Musik, und Video-Online-Shop sichern Apple derzeit einen beträchtlichen Anteil an den Umsätzen. Um aber das hohe Wachstumstempo zu halten, muss das Unternehmen immer weitere Wachstumsfelder - wie über das iPhone den hart umkämpften Telekommunikationsmarkt - erschließen und gleichzeitig die Qualität und Innovationskraft in allen Produktgruppen halten. Ob dies auch in Zukunft gelingt, werden vielleicht schon die kommenden Monate weisen, wenn sich herausstellt, ob das iPhone wirklich im Massenmarkt ankommt und die gesamte Mac-Rechner-Produktfamilie erneuert wird.

www.apple.com/at

G Data: Neue Security-Lösung

G DATA wird in der ersten September-Hälfte 2008 seine neue Generation von Sicherheits-Lösungen für Endkunden in den Handel bringen: G DATA Notebook-Security 2009, G DATA Total-Care 2009, G DATA Internet-Security 2009 und G DATA AntiVirus 2009.

Der deutsche Securityspezialist hat seine DoubleScan-Technologie, bei der zwei Viren-Engines nach Schädlingen suchen, einen Performance-Schub verpasst und scannt jetzt laut Herstellerangaben um fünf Mal schneller als in der Vorgängerversion.

Durch die Multi-Core-Unterstützung kann auch die Prozessorleistung moderner Rechner ausgenützt werden. Wichtig bei der Installation: An die Hardware-Umgebung angepasst, wird ein individuelles Performance-Profil erstellt, das entsprechend der Rechnerleistung einzelne Module auf Geschwindigkeit trimmt.

Auch die Bedienung soll so einfach wie möglich sein und deshalb wurde das grafische User-Interface komplett neu entwickelt. Gelegenheits-User sollen sich in der übersichtlichen Struktur gleich zurecht finden. Für versierte Anwendern stehen umfangreiche Einstellmöglichkeiten zur Verfügung.

Ebenfalls mit dabei: die automatische Deinstallation alter Sicherheits-Software (Deinstallation auch von Registryresten vorheriger Virenschutz-Lösungen aller Hersteller).

www.gdata.de

EISA Award 2008: Europas Multimedia-Highlights

Vor wenigen Tagen wurde das Geheimnis der diesjährigen Award-Gewinner gelüftet. Die Auszeichnungen, die von der EISA (European Imaging and Sound Association) vergeben werden, zählen zu den renommiertesten Industriepreisen für den europäischen Markt. Anbei eine selektive Auswahl aus über 50 prämierten Produkten.

Mini Fotodrucker

Canon Selphy ES2

Der Canon Selphy ES2 ist für die EISA-Jury der schnellste Weg, um unterwegs zu guten Fotoausdrucken zu kommen. Besonders herausgestrichen wird auch das große 3-Zoll-LCD. Die Bilder kommen über den PictBridge-Anschluss oder Speicherkarten-Steckplätze in den Drucker. Optional steht eine Bluetooth-Schnittstelle bereit, der Selphy ES2 ist standardmäßig zusätzlich mit einer IrDA-Schnittstelle ausgerüstet. Er arbeitet im Thermosublimationsdruckverfahren mit 256 Stufen pro Farbe und 16,8 Millionen Farben. Canon konnte insgesamt drei Awards gewinnen: Ebenfalls preiswürdig waren für die Jury die Canon EOS 1000D-Kamera und der HD-Camcorder HV30.

Fotodrucker

Epson Stylus Photo R2880

Beim Epson Stylus Photo R2880 werden die hervorragenden Fotoprints gelobt mit ihren nuancierten Farbabstufungen, auch im A3-Format. Besonders wird auf die Möglichkeit hingewiesen, drei verschiedenen Tinten für Schwarz zu verwenden, was den Druck von Schwarzweiß-Fotos mit detaillierten Grauabstufungen ermöglicht - und einen Dunkelkammer-Effekt simuliert. Das Gerät bietet auch flexibles Medienmanagement für Ausdrucke auf Fine-Art-Papieren, starren Fotokarton bis 1,3 mm Dicke, CD- und DVD-Medien.

HD Flash Camcorder

Als weltkleinster Full-HD Camcorder schaffte es der Sony HDR-TG3 in die Bestenliste. Das kompakte Gerät mit titangefertigtem Gehäuse filmt in Full-HD-Auflösung (1.920 x 1.080 Pixel), hoher Bildqualität und mit digitalem 5.1-Surroundton. Sony konnte 2008 insgesamt für fünf Produkte EISA-Awards einheimsen: neben dem eben vorgestellten Camcorder auch der AV-Receiver STR-DA5400ES, die digitale Spiegelreflexkamera a350, das Telezoom-Objektiv SAL-70300G (70-300 mm f/4.5-5.6 G SSM) und das Auto-Entertainment-System XAV-W1.

Sony HDR-TG3

Entsprechend erfreut war auch Sony-Europa-Präsident Fujio Nishida: „Die EISA Awards sind außerordentlich wichtig für uns. Sie erkennen die Leistung aller an der Entwicklung unserer Produkte Beteiligten an und sind zugleich eine Bestätigung von unabhängigen, hoch angesehenen Experten."

Blu-ray-System

Die EISA-Juroren prämierten das Samsung HT-BD2 als erstes voll integriertes 7.1-Kana-Heimkino-System mit Blu-ray-Wiedergabe. Der Blu-ray-Player mit Full-HD 1080p-Wiedergabe und das Audio-Erlebnis mit 1-100 Watt Ausgangsleistung überzeugten genauso wie die Klavierlackoptik der Heimkino-Anlage. Technologisch interessant ist die Auszeichnung für die Samsung 3-D-Ready-Technologie in

Samsung HT-BD2

Samsungs Plasma-TV PS-50A476, in der die Jury die Voraussetzungen für eine neue Generation des dreidimensionalen Fernsehens sieht. Die mit Hilfe von 3-D-Brillen funktionierende Technologie soll mit hervorragender Qualität punkten, die einer Übermüdung der Augen entgegenwirkt.

Weitere prämierte Samsung-Produkte waren die 5-Megapixel-Kamera SGH-G810 und das LE-40A557-Display mit Full HD Auflösung von 1920x1080 Pixel und einem Clear Panel zur Minimierung von Reflektionen.

Smart Phone

HTC Touch Diamond

Der HTC Touch Diamond wurde zum besten Smartphone 2008/2009 in Europa gekürt. Das Gerät basiert auf Windows Mobile v6.1 Pro und besitzt unter anderem einen 2,8-Zoll-Touchscreen eine 3.2 Megapixel-Kamera, 4GB internen Speicher, ein FM- Radio und GPS-Navigation. Kommuniziert wird über HSDPA, Bluetooth, Wi-Fi und USB. Der Leitgedanke von HTC, bei der Entwicklung einen neuen Standard bei der Integration von mobilen Fähigkeiten in einen extrem kompakten und attraktiven Formfaktor zu setzen, hat mit diesem Award Anerkennung gefunden.

www.eisa.eu

Multifunktionales „Fotolabor“ mit WLAN

Canon Pixma MP980 ist ein kompaktes multifunktionales Sechs-Tintensystem, speziell auf Fotodruck optimiert. Der Scanner eignet sich auch für den Scan von Dias und Negativen.

Das Gerät besitzt einen PictBridge-Anschluss und Speicherkarten-Steckplätze. Das 8,8 Zentimeter große TFT-Farbdisplay soll zusammen mit dem Easy-Scroll-Bedienrad für eine unkomplizierte Menünavigation sorgen.

Der Pixma MP980 besitzt einen FINE-Druckkopf mit Mikrodüsen für bis zu einem Picoliter feine Tintentröpfchen. Außerdem werten aktuelle Technologien und Leistungsmerkmale dieses Multifunktionssystem beim Fotodruck stark auf. Es besitzt sechs einzelne Tintentanks, die Einbeziehung einer Grautinte sorgt für die Minimierung der Körnigkeit bei Fotoprints und ermöglicht die Ausgabe von monochromen Drucken mit ausgewogener Graubalance.

Der Pixma MP980 kommt im Oktober in den Handel. Der UVP wird bei 299 Euro inkl. MwSt. liegen.

Der CCD-Scanner basiert auf einem weißen LED für Aufsichtsvorlagen. Er ist ohne Aufwärmzeit startklar und besitzt eine Scanauflösung von bis zu 4.800 x 9.600 dpi. Wer eine große Sammlung alter Dias und Negative besitzt, für den ist die integrierte Durchlichteinheit interessant: Bis zu sechs KB-Negative beziehungsweise vier gerahmte Dias können in einem Vorgang gescannt und digitalisiert werden. Die neue Canon-Bildoptimierung Auto Photo Fix ist auch beim Scannen von Durchlichtvorlagen aktivierbar, ohne dass ein PC notwendig ist.

Die vielseitigen Kopierfunktionen bieten neben einer Kopienvorwahl von 1 bis 99 und Verkleinerung/Vergrößerung von 25-400% Komfortfunktionen wie automatische/manuelle Belichtung, Bildwiederholung, Seitenanpassung, Randlos-, Stickerkopie, 2-auf-1-, 4-auf-1-Kopie, Rahmen oder Schatten löschen, Bildzuschnitt, Fotoreproduktion, Gesichtsaufhellung, Rekonstruktion verblichener Farben und manuelle Farbanpassung. Der Pixma MP980 kann per WiFi- beziehungsweise Ethernetanschluss auch in kabellose und kabelgebundene Netzwerke eingebunden werden. Im Lieferumfang ist ein umfangreiches Software-Paket enthalten. Der Stromverbrauch im Standby-Modus wird mit 2,7 Watt angegeben.

www.canon.at

Interne SATA-Festplatten wird extern

Wer interne SATA-Festplatten ohne externes Gehäuse kurz testen möchte, kann nun eine preisgünstige Docking-Station von ARP am Rechner anschließen.

Nicht überall steht ein externes Gehäuse für 2,5“- und 3,5“-SATA-Festplatten zur Verfügung. Die USB-Docking-Station von ARP dient als preisgünstige und clevere Alternative. Der Adapter kann wahlweise am SATA- oder USB-Anschluss des Rechners angeschlossen werden. Nun lassen sich beliebige SATA-Festplatten am PC oder Notebook andocken, ohne den Rechner aufzuschrauben und ohne eine Software zu installieren.

Auf diese einfache Weise können etwa SATA-Festplatten kurz auf Funktionstüchtigkeit getestet oder für den schnellen Datenaustausch genutzt werden. Der Datendurchsatz erreicht via USB-Schnittstelle 480 Mbit/s und via eSATA-Schnittstelle 1.5 Gbit/s. ARP liefert die USB-Docking-Station (Art. Nr. 441008) ab sofort für 26 Euro (exkl. USt) inkl. Netzteil und Stromkabel.

www.arp.com

Docking-Station für interne SATA-Festplatten

1999: Das Jahr vor dem großen Knall

Das Jahr vor der Jahrtausendwende war gekennzeichnet durch eine stark überhitzte Hochblüte der Internet-Branche - vor dem Fall ins Bodenlose. Heute - fast zehn Jahre danach - ist der damals von den Medien geprägte Begriff „Dotcom-Blase" dafür gebräuchlich. Außerdem hatten IT-Dienstleister Hochkonjunktur: Das Schreckgespenst der Jahr-2000-Umstellung war in aller Munde.

Christine Wahlmüller

Der Trend zur Internet-Nutzung war 1999 noch ungebrochen und die User-Zahlen kletterten steil nach oben. Internet Provider freuten sich darüber und machten gute Geschäfte. In Österreich verdoppelte sich die Gruppe der Internet-User allein von 1998 auf 1999 auf 1,65 Mio. Anwender, rund 30% der österreichischen Bevölkerung (ab 14 Jahren) verfügten damit prinzipiell über einen Zugang zum Internet. Internet zu Hause war allerdings noch Luxus, den sich erst 13% leisteten.

Wie immer in Zeiten des heißen Wettbewerbs am Markt, begann sich die Preisspirale nach unten zu drehen. Den Vogel schoss dabei im Juli UTA ab. Das Tochterunternehmen der neun Landesenergieversorger und der Swisscom landete mit „Internet for free" einen fulminanten Erfolg am Markt. Die Strategie dabei: Kundengewinnung um jeden Preis, wobei konvergente Überlegungen im Vordergrund gestanden haben dürften.

Internet wurde als „Nebenprodukt" des Telefonanschlusses betrachtet. UTA-Kunden sollten einerseits via UTA (festnetz-)telefonieren und zweitens auch via Einwahlmodem im Internet surfen und E-Mails schreiben. Kostenlos bedeutete allerdings nur, dass keine damals übliche Grundgebühr für den Internetzugang mehr verlangt wurde. Die Online-Tarife für die Nutzung wurden jedoch von UTA den Kunden verrechnet. Andere Anbieter mussten wohl oder übel mitziehen, im Dezember bot auch Libro über die Online-Tochter lion.cc nach dem gleichen Modell wie UTA seine „free & easy-Box" in allen Filialen an: Ohne Provider-Grundgebühr, verrechnet wurde nur die Nutzungszeit via Online-Tarif. „Mit diesem Package rollen wir den Internet-Markt in Österreich auf", betonte damals Libro-Chef André Rettberg. Sie erinnern sich sicher: Das war jener Mann, der im Jahr 2000 Libro fast in den Konkurs geführt hätte.

Start für ADSL

Noch 1999 pumpten Investoren in jedes Dotcom-Projekt Geld ohne Ende. So auch bei Raiffeisen, wo der Provider netway als „strategische Geldanlage" gesehen wurde. Verständnis für die Internet-Branche und die rasante Entwicklung des Mediums und all seiner Möglichkeiten gab es da kaum. Charakteristisch war die relativ späte Entscheidung des Raiffeisen-Konzerns 1999, den Startschuss für Festnetztelefonie bei netway zu erteilen („netway 1056"). Im Gegensatz zu den alternativen Festnetz-Branchenleadern UTA und Tele2 wurde dieses Angebot des bis dahin durchaus erfolgreichen Providers kaum mehr von den Kunden angenommen - der Kuchen war bereits gut verteilt, auf zahllose Anbieter. Viele davon bedienten dabei eine sehr kleine, lokale Zielgruppe. Wie groß der Andrang in der Branche war, zeigt auch die Gründung des Fachverbands für Telekommunikation und Rundfunkunternehmungen im Oktober 1999: 270 Kabel-TV-Unternehmen, 67 Festnetzbetreiber (Sprachtelefonie und Mietleitungen), vier Mobilnetzkonzessionäre, drei Paging-Unternehmen sowie 38 Privatradiobetreiber wurden damals durch den Verband vertreten. Rückwirkend zum 1. Jänner 1999 kam es auch zum Abschluss der Kollektivvertragsverhandlungen für den Telekommunikationssektor.

1999 war auch das Startjahr für eine neue, schnellere Internettechnologie, die heute im Jahr 2008 beinahe schon wieder als „alter Hut" gilt: ADSL. A-Online, so hieß der Internet Provider der Telekom Austria damals, lud Journalisten Ende November zu einem Presse-Empfang, um den neuen „Ferrari unter den Internetzugängen" zu präsentieren. Gleichzeitig erteilte die Telekom Austria Alcatel einen rund 10-Mio.-Euro-Auftrag, um 20.000 ADSL-Anschlüsse (inkl. ADSL-Modems) realisieren zu können.

Jahr-2000-Problem

Neben der hektischen Internet-Entwicklung war die IT-Branche stark mit der Ungewissheit vor der Jahrtausendwende beschäftigt. Y2K (Year 2 Kilo) war in Computer Kreisen ein geflügeltes Wort. Es wurde befürchtet, dass es bei der Umstellung auf das Jahr 2000 zu erheblichen EDV-Störungen und Ausfällen kommen würde. Vor allem dadurch, dass vielerorts statt der eindeutigen vier Ziffern für Jahrgänge nur die letzten zwei Ziffern in Verwendung waren. So konnte quasi mit der zweistelligen Jahreszahl „00" auch das Jahr 1900 gemeint sein. Oft waren ungültige Datensätze auch durch die Verwendung der Zahl „00" gekennzeichnet. Insgesamt wurde (zu Unrecht) fast eine gewisse Hysterie ausgelöst, die vor allem viele sicherheitsrelevante Institutionen (Banken, Industrie, Krankenhäuser, Kraftwerke) veranlasste, zu guten Kunden für IT-Dienstleister zu werden.

Sie beauftragen die genaue Durchforstung ihrer IT-Systeme, um die befürchteten Folgen so gering wie möglich zu halten. Das Thema wurde auch von den Medien gierig aufgegriffen. Bis knapp vor der Jahrtausendwende thematisierten einigen Medien immer wieder die „Y2K-Problematik" und trugen damit sicher zu einer gewissen „Angstmache" bei. Der Jahrtausendwechsel selbst verlief dann weit weniger spektakulär als vorausgesagt. Viele Banken hatten aber einfach auch in der Silvesternacht 1999/2000 ihre Bankomaten vorsorglich außer Betrieb gesetzt. Rückblickend stellte sich dann heraus, dass die Maßnahmen im Großen und Ganzen ausreichend waren, und die apokalyptisch prognostizierten Visionen mit weltweiten Computerzusammenbrüchen und einer darauf folgenden Weltwirtschaftskrise nicht eintraten. ❑

Inserentenverzeichnis

ARP Datacon 43
Distrelec 53
FRT 9
Globesystems 15
Hewlett-Packard 32
I2S 51
IDC 35
IDS Scheer 13
ITdesign . . . . . .Cover Corner, 33
Itelligence 11
K.Section 19
Kobil 2.U
KSI 42
Mobil-Data 41
Qenta 40
SAS Institute 7
Sicontact 25
Siemens 5
Stadt Wien 44, 45
Telekom Austria 4.U
Wiener Zeitung 17
Winterheller 14

Vorschau auf Oktober 2008

Soll man schon für IPv6 vorausplanen? Wie ist es um den österreichischen Telekom- und Internetmarkt bestellt? Diese und andere Fragen beantwortet der MONITOR in seiner Oktoberausgabe.

Marktübersicht: Desktop-Farblaserdrucker

Allgemeine E-Mail-Adresse . . . . . office@monitor.co.at
Chefredakteur: Dipl.-Ing. Rüdiger Maier . . . . . maier@monitor.co.at
Redaktion: Mag. Dominik Troger . . . . . troger@monitor.co.at
Anzeigenleitung: Alexander Havlik . . . . . havlik@monitor.co.at
Anzeigenverkauf: Katharina Lützelberger . . . . . luetzelberger@monitor.co.at
Gerhard Steiner . . . . . steiner@monitor.co.at
Sekretariat: Hildegard Fatahtouii . . . . . fatahtouii@monitor.co.at
Technischer Leiter & Layout: Gerhard Hegedüs . . . . . hegedues@monitor.co.at

So erreichen Sie uns: Abohotline: 01-74095-466, E-Mail: abo.zv@bohmann.at
Monitor im Internet: www.monitor.co.at Newsfeed: www.monitor.co.at/rss.cfm

Impressum

Medieninhaber und Verleger: Bohmann Druck und Verlag Ges.mbH & Co KG, Leberstr. 122, A-1110 Wien, Telefon 01/74095-410, Telefax 01/74095-425, E-Mail: office@monitor.co.at, www.monitor.co.at - **Chefredakteur**: Dipl.-Ing. Rüdiger Maier (mai) - **Redaktion:** Mag. Dominik Troger (dat) - **Autoren:** Conrad Gruber, Alexander Hackl, Florian Hohenauer, Mark S. Kaslatter, Ismet Koyun, Arno Laxy, Lothar Lochmaier, Erwin Matys, Siegmund Priglinger, Michael Torggler, Dr. Christine Wahlmüller, Stefan B. Weixelbam - **Anzeigenleitung:** Alexander Havlik - **Technischer Leiter & Layout:** Gerhard Hegedüs - **Anzeigenverwaltung:** Hildegard Fatahtouii - **Aboverwaltung:** Bohmann Aboservice: Tel.:01-74095-466, E-Mail: abo@bohmann.at - **Druck:** Leykam Druck GmbH und Co. KG, Bickford Str. 21, 7201 Neudörfl. - **Verlags und Herstellungsort:** Wien - **Erscheinungsweise:** 11 x im Jahr plus drei Specials: „HARDWARE", „SOFTWARE", „KOMMUNIKATION" - **Einzelverkaufspreise:** € 3,80 - **Monitor-Jahresabo:** € 34,50 - **Auslandsabo:** € 60,90 - **Anzeigenpreise:** Es gilt die Anzeigenpreisliste laut Mediadaten 2007 - **Bankverbindung:** Bank Austria Creditanstalt AG - Blz.: 12000, Kto.: 653 092 700, Österr. PSK - Blz.: 60000, Kto.: 1732.755 - DVR: 0408689 - FBNR: 9642f/FB - **Gericht:** HG Wien - **ARA Liz.-Nr.:** 1214 - UID ATU10940909

ÖAK Auflagenkontrolle
Druckauflage 1. Halbjahr 2008: 14.500

PRESSE DOKUMENTATIONS NUTZUNG PARTNER

Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Fotos wird keine Haftung übernommen. Die veröffentlichten Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Vervielfältigung, Nachdruck oder Übersetzung sind ebenso wie die Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen und das Bieten über Online-Dienste nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlages erlaubt. Mit „Promotion" gekennzeichnete Beiträge sind entgeltliche Einschaltungen. MONITOR bekennt sich selbstverständlich zur gesellschaftlichen Gleichstellung von Frau und Mann. Bei allen Bezeichnungen, die auf Personen bezogen sind, meint die gewählte Formulierung beide Geschlechter.

**Rund 2/3 aller österreichischen Unternehmen vertrauen auf Telekom Austria.
Und täglich werden es aus gutem Grund mehr.**

Dazu gehören auch viele Handels-Unternehmen, wie diese Boutique.
Setzen Sie ebenfalls auf Telekom Austria und profitieren Sie von höchster Qualität und bestem individuellen Service vor Ort – für eine dauerhaft erfolgreiche Zukunft. **kmu.telekom.at**